بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كليـــــة الإعـــلام

عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة "أنموذجاً"

Habits and Patterns of the Jordanian Universities` Students of Watching the Islamic TV Satellite Channels: Al-Resalah Channel "As A Model"

إعداد الطالب:

إبراهيم ناصف ناصر عبد الله

إشراف:

الدكتور إبراهيم أبو عرقوب

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام

2010 -2009

تفويض الجامعة

أنا إبراهيم ناصف ناصر عبد الله

أفوض **جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا** بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: إبراهيم ناصف ناصر عبد الله

التوقيع: ....

التاريخ: / /2009

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة، وعنوانها: "**عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنـــوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة الفضائية"أنموذجاً""**.

وأجيزت يوم........ بتاريخ: / / 2009م

أعضاء لجنة المناقشة	**التوقيع**
د. إبراهيم أبو عرقوب / مشرفاً ورئيساً للجنة	....
أستاذ مشارك	
أ.د. عبد الرزاق الدليمي / عضواً	....
أستاذ دكتور	
د. محمد الكرشي / عضواً	....
أستاذ مساعد	
د. عزت حجاب / عضواً خارجياً	....
أستاذ مشارك	

الشكر والتقدير

قال تعالى {وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم ولئن كفرتم إن عذابي لشديد} سورة إبراهيم/آية 7

الحمد لله الذي بحمده تتم الصالحات

الحمد لله على نعمة العقل

الحمد لله الذي وهبني نفساً تواقة تاقت لماجستير الإعلام فوصلت إليه مع انه كان حلماً صعب المنال

فيا رب لك الحمد ولك الشكر

علمني معلمي ومؤدبي محمد صلى الله عليه وسلم ((من لم يشكر الناس لم يشكر الله))

فالشكر كل الشكر لأستاذي الفاضل ومشرف رسالتي الدكتور إبراهيم أبو عرقوب على ما بذل وصبر وتحمل لإتمام هذه الدراسة والإشراف عليها

كما أشكر أعضاء لجنة المناقشة :-

أ.د. عبد الرزاق الدليمي

د. عزت حجاب

د. محمد الكرشي

ولا أنسى أن أشكر كل من ساهم في إنجاح هذه الرسالة من أصدقاء وطلاب جامعات من طلبة الجامعات الأردنية الذين كان لهم أكبر الدور في الاستجابة الإيجابية والتعاون التام معي في بحثي هذا. وكذاك الشكر موصول لكل من كان له دور ولو بابتسامة من الموظفين والإداريين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية والخاصة ...

الإهـــــداء

- - إلى ذاك الجبل الشامخ الأشمَّ ، إلى من علمني أن للحياة معنى وللجهد ثمــرة ، إلـــى دليلـــي الروحي ومرشدي وأنيسي إلى الذي أعتز به و به أفاخر ، إلى محفزي لعمل الخيــر وقائـــدي نحو مفاتيح السعادة ، إلى الذي تعجز الكلمات عن وصفه ، إليك أبتي الغالي ...
- إلى تلك اليد الحنونة التي مسكت بيدي عند أول خطوة خطوتها في هذه الدنيا ، إلى تلــك اليــد الرائعة التي علمتني كيف أمسك بالقلم لأكتب ، إلى تلك اليد الناعمة التي رُفعت إلـــى الــسماء لتدعو الله لي بأن يوفقني دائماً في كل أموري ، إلى تلك التي ذرفت دموعي وأنا أكتب لها هــذا الإهداء إجلالاً وإكباراً لها ، إليك أمي الحنونة ...
- إلى التي تبعثرت الكلمات في رأسي وعجزت مفاتيح جهازي الذي أكتب به عن وصف صـــفائها وروعتها وحرصها وحبها لزوجها بأن يكون قد أتم مرحلة الماجستير واجتازها بنجـــاح ، إلـــى محفزتي في الدراسة وفي الحياة ووقودي العملي ، إليك خطيبة الحاضر زوجة المستقبل ...
- إلى أهلي وأقاربي وأحبائي أخص بالذكر إخواني وأخواتي أنتم سندي وعضدي إليكم أنتم أيضاً.
- إلى أولئك الرجال الجنود المجهولين (أبو محمد جمال ، وأبو بكر) إليكم يا من وقفـــتم معي عندما أظلمت الدنيا علي فكنتم أنتم المصباح المنير الذي أهتدي به حتى وصلت إلـــى هـــا هنا ...
- إلى كل العاملين في حقل العمل الإعلامي ، وخاصة العمل الإعلامي الإسلامي ، إلـــى البـــاحثين عن الحق ليتبعوه ، أنتم من أضأتم أصابعكم شموعاً لتبصر الناس الخير ، أنتم مـــن تـــسهرون وغيركم ينام فما عدتم تجدون طعماً للراحة لأن هذا حال أهل الإعلام ،أخـــص بالـــذكر زملائـــي وإخواني في قناتي (طيور الجنة ، والرسالة) ...

إليكم جميعاً وإلى كل محب أهدي عملي المتواضع هذا مع اعتذاري عن التقصير ...

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة الفضائية"أنموذجاً"

إعداد

إبراهيم ناصف ناصر عبد الله

إشراف:

الدكتور إبراهيم أبو عرقوب

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية خصوصاً قناة الرسالة الفضائية، وهدفت أيضاً إلى تقييم طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية.

تكون مجتمع الدراسة من الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية (اليرموك، الأردنية، مؤتة، جدارا، البتراء) المسجلين لعام 2010/2009. حجم العينة يبلغ (415) من الجامعات الخمس. وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة (550)، تم استرداد (508) استبانة صالحة للتحليل، بنسبة استرجاع (92%) تقريباً.

وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:

إن أنماط المشاهدة عند طلبة الجامعات الأردنية للفضائيات الإسلامية، قناة الرسالة، كانت كما يلي:

- جاء نوع البرامج الشاملة والمنوعة الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة.
- جاء نوع برامج الإرشاد والتوعية الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.

- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من ساعة إلى أقل من ساعتين، والقنوات الفضائية الإسلامية من نصف ساعة إلى ساعة، وكانت فترة السهرة من (8-11 مساء) هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.
- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون في المنزل.
- الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو التوعية الدينية، ثم كسب الحسنات.
- دوافع الطلبة من المشاهدة هو سماع القران الكريم و معرفة أسلوب الدعوة من الدعاة، ثم الهداية والمعلومات المفيدة.

وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مكان مشاهدة التلفاز "قناة الرسالة" في المنزل، وعدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً " من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات " عزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث.

الكلمات المفتاحية:

عادات المشاهدة، أنماط المشاهدة، الجامعات، القنوات الفضائية الإسلامية، قناة الرسالة.

Habits and Patterns of the Jordanian Universities` Students of Watching Islamic TV Satellite Channels: Al-Resalah Channel "As A Model"

Prepared by:

Ibrahim Nassif Nasser Abdullah

Supervised by:

Dr. Ibrahim Abu-Argoub

Abstract

This study aimed at identifying the habits and patterns of watching Islamic satellite channels by Jordanian university students, especially Al-Resala satellite channel and it also aimed to identify the assessment of those students of Islamic channels.

The study population consisted of all the students enrolled at Jordanian universities (Yarmouk, Jordanian, Mu'ta, Jadara, and Petra) who registered for the year 2009/2010. The sample was exploratory and it composed of (33 students) taken from (5) universities; the sample size was (415) of the five universities. The number of questionnaires distributed was (550) of which (508) questionnaires were recovered which were suitable for analysis with a retrieval rate of approximately (92%).

The main findings of the study include:

The patterns of watching Islamic satellite channels by Jordanian university students and especially Al-Resala satellite channel were as follows:

- comprehensive and diverse programs were considered the most being watched by the students.

- Counseling and educating programs were considered the most favored by the students.
- Most students watch television for an hour and less than two hours.
- Most students watch television at home. And watch Islamic satellite channels for half an hour and an hour. And (8-11 pm) is considered the most evening period in which students watch television.
- The main target of watching television for the students is the religious awareness followed by earning good deeds.
- The motives of watching TV by students are listening to the Koran, learning the technique of the call by preachers, guidance and useful information.

The results showed statistically significant differences in the place of watching TV "Al-Resala channel" at home, and the number of hours of watching TV every day from "two hours to less than three hours," due to the variable of sex and in favor of females.

Keywords:

watching habits, watching patterns, universities, Islamic satellite channels, Al-Resala channel.

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وأهميتها

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وأهميتها

المقدمة:

الإنسان كائن اتصالي بطبعه، أي يعتمد في تلبية حاجاته وإشباعها على الاتصال بالآخرين، كما أثبتت دراسات علم الاجتماع أن الإنسان يستطيع أن ينمو فيزيائياً بدون اتصال, لكنه لن ينمو معرفياً بدونه؛ فالإنسان في حياته اليومية يتعرض إلى أنواع ونشاطات اتصالية مختلفة، من صحف وإذاعات وقنوات تلفزيونية وسينما ومحاضرات وغيرها، لكي ينمو معرفياً (عبد الملك، 2000، ص:15).

ومع تطور وسائل الإعلام بسرعة خيالية، يُعَدُّ التلفزيون في الغالب الوسيلة الأكثر استخداما من قبل الجمهور العام ، ويُعَدُّ واحداً من أهم وسائل الاتصال المعاصرة التي يستخدمها الإنسان بشكل مستمر (from the Kaiser Family Foundation).

ومع ذالك، فإن المشاهد يتعرض للتلفاز ويستخدمه لكن لهدف ما. وهذا الاستخدام يختلف من شخص إلى آخر، فهناك من يتعرض للتلفاز لتنمية البعد السياسي، فيجد السياسة هي مطلبه الذي يبحث عنه ويرغب في إشباعه، وقد نجد شخصاً آخر يحب الرياضة ويعشق كرة القدم أو سباق السيارات فهو لا يشاهد غيرها، ومن المشاهدين من يميل نحو التسلية وتعبئة وقت فراغه بأي شكل من الأشكال فيجد التسلية هي خير وسيلة لتعبئة الوقت، هذا وغيره أدى لظهور محطات فضائية متخصصة تسعى للتركيز على جانب من جوانب الحياة المختلفة، مع الاهتمام بالجوانب الأخرى لكن بشكل أقل، فظهرت لدينا قنوات فضائية: سياسة، دينية، رياضية،

اقتصادية، غنائية، ترفيهية...إلخ، كل منها متخصصة في مجالها الذي تعرضه (عمـر،1997 ص:14- 20).

ومع انتشار هذه الفضائيات المتخصصة، ظهرت القنوات الإسلامية التي تركـز علـى التخصصية بشكل كبير، خاصة بما يتعلق بالإنسان المسلم من الناحية الدينية، فظهرت قنـوات متخصصة بالقران الكريم وعلومه، والحديث الشريف وعلومه، ومنها القنوات الإسلامية الشاملة التي تبث كل أنواع المواد الدينية ضمن القوالب والضوابط الإسلامية، ومنهـا التفاعليـة مـع الجمهور، كذالك منها الخاصة بالاقتصاد الإسلامي وحتى بالنشيد الإسلامي.

والهدف من هذا التخصص هو استقطاب أكبر قدر ممكن مـن المـشاهدين الملتـزمين إسلامياً، وقد بلغ عدد هذه الفضائيات الإسلامية المتخصصة بهذا الجانب (60) قنـاة فـضائية، بحسب موقع قناة الرسالة الفضائية.(موقع قناة الرسالة الفضائيةwww.alresalah.net)

لكن هناك سؤال يطرح، هل هنالك إقبال للشباب على متابعة ومشاهدة هذه الفضائيات، خاصة من هم في المرحلة الجامعية، ومع انتشار الفضائيات التي تجذب أغلب الشباب بالغنـاء والكليبات والمغنيات؟، هل القنوات الإسلامية تسعى لجذبهم إليها أيضاً لكن بمـا هـو أفـضل وأرقى؟ هل فَكَّرَ القائمون على هذه الفضائيات الإسلامية بطرق لجذب الشباب إلى قنواتهم؟

هذه الأسئلة بحاجة إلى إجابة من قبل العاملين والقائمين على هذه الفضائيات الإسلامية.

مشكلة الدراسة:

انتشرت في سماء الفضائيات مجموعة من القنوات الفضائية الإسلامية بشكل متسارع، وتركز أغلب هذه الفضائيات في خطابها على فئة الشباب، فأصبحت هذه الفـضائيات ظـاهرة بحاجة إلى دراسة علمية للوقوف على جوانب قوتها وضعفها ومدى متابعة طلبة الجامعات لهذه

الفضائيات، خاصة مع قلة الدراسات العلمية والأبحاث في هذا الشأن بحسب علم الباحث، و لا بد من معرفة عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية عند طلبة الجامعات.

مبررات الدراسة:

- قلة الدراسات والأبحاث العلمية في مجال القنوات الفضائية الإسلامية.
- أهمية القنوات الدينية كونها أصبحت مصدراً للمعلومات الدينية والفتاوى لكثير من المشاهدين.
- الازدياد الملحوظ لنسبة مشاهدي قناة الرسالة الفضائية بحسب إحصائية إبسوس.
- اهتمام قناة الرسالة الفضائية باستقطابها للعلماء والمقدمين من مختلف التوجهات الفكرية والمذهبية الإسلامية.

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية, خصوصاً قناة الرسالة الفضائية.
- تقييم عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية بشكل عام وقناة الرسالة الفضائية بشكل خاص.

أسئلة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

السؤال الأول: ما عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية ولقناة الرسالة الفضائية؟

السؤال الثاني: ما أبرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها؟

السؤال الثالث: ما الفضائيات التي يَعُدُّها الطلبة قنوات إسلامية؟

السؤال الرابع: إلى أي مدى تطرح الفضائيات الإسلامية المختلفة مشاكل طلبة الجامعات الأردنية وهمومهم؟

السؤال الخامس: هل توجد فروق في عادات وأنماط المشاهدة عند طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية تحديداً تعزى لخصائصهم الديمغرافية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة كونها ركزت على قناة الرسالة الفضائية والقنوات الإسلامية من خلال النقاط الآتية:

1) الدراسة الحالية لها أهمية كونها بحثاً جديداً ولم تجري دراسات مماثلة لها حول عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة الفضائية أنموذجاً، ومعرفة مدى تلبيتها لاحتياجات ورغبات واهتمامات طلبة الجامعات الأردنية، على حد علم الباحث .
2) قلة الدراسات العلمية الإعلامية المتعلقة بموضوع الدراسة محلياً وعربياً، على حد علم الباحث.
3) تطور الإعلام الإسلامي من برامج جزئية ضمن منظومة البرامج اليومية للمحطات العادية إلى قنوات فضائية إسلامية متخصصة .

التعريفات الإجرائية:

العادات: الحجم الزمني للمشاهدة، القنوات المفضلة، الأيام المفضلة للمشاهدة، الساعات المفضلة للمتابعة (نصير، 2008).

الأنماط: ما يفضل الجمهور مشاهدته من برامج وما يتوقعه من هذه البرامج وما قد تحدثه من تأثير إيجابي أو سلبي. (نصير، 2008).

الجامعات: كلمة جامعة مشتقة من كلمة الجمع والاجتماع،وفيها يجتمع الناس للعلم، وهي مؤسسات للتعليم العالي والأبحاث، تعطي شهادات أو إجازات أكاديمية لخريجيها. وتوفر دراسة من المستوى الثالث والرابع كاستكمال للدراسة الابتدائية والثانوية (موسوعة ويكيبيديا الإلكترونية).

القنوات الفضائية الإسلامية: هي قنوات فضائية تقدم إعلاماً عربياً له هدف وفيه قيمة يلبي حاجة المشاهد من خلال مجموعة متنوعة من البرامج الجادة, التي تمس حياته و تتناول اهتماماته الروحية و الثقافية و الاجتماعية والاقتصادية, و تُشبع رغباته الإنسانية من منظور إسلامي, و تقدمها بجانب تقني حديث ضمن ضوابط الشريعة الإسلامية.

قناة الرسالة: هي قناة عربية تهتم بقضايا الأمة العربية الإسلامية و الوطنية, وتعمل على دعم الانتماء الإسلامي و العربي لجميع الشعوب العربية. وهي تعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية وجمع الأسرة العربية على شاشتها, بتقديم ثروة فكرية مرئية من

البرامج التربوية الهادفـــة والمتنوعـــة الجوانـــب الاجتماعيـــة والتنمويـــة والـــشرعية والترفيهية... (موقع قناة الرسالة الفضائية).

محددات الدراسة:

في إطار الأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها، فإن نتائجها تحـــدّد عـــادات وأنمـــاط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة الفـــضائية أنموذجـــاً وبناء على ذلك يلتزم الباحث بالمحددات الآتية:

الحد المكاني: الجامعات الأردنية: اليرموك، الأردنية، مؤتة، جدارا، البتراء.

الحد البشري: اقتصرت الدراسة على دراسة طلبة الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة المسجلين لعام 2010/2009 الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية.

الحد الزمني: أجريت الدراسة في الفصل الأول لعام 2009.

الفصل الثانـي

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول:- الفضائيات الإسلامية:

➢ **المطلب الأول: المفهوم:**

- تعريف القنوات الفضائية.
- خصائص التلفزيون الفضائي.
- تعريف الفضائيات الإسلامية.
- تعريف الإعلام الإسلامي.

➢ **المطلب الثاني: نشأة الفضائيات الإسلامية:**

- أسباب ظهور الفضائيات الإسلامية.
- أهداف الفضائيات الإسلامية.
- خصائص الفضائيات الإسلامية.
- أنواع الفضائيات الإسلامية.
- إيجابيات الفضائيات الإسلامية وسلبياتها.

المبحث الثاني: قناة الرسالة:

➢ **المطلب الأول: حقيقة قناة الرسالة ومفهومها:**

- أهداف قناة الرسالة.
- سياسات قناة الرسالة وقيمها.
- طبيعة البرامج.

- التخطيط للدورات البرامجية لعام 2009 في قناة الرسالة

➢ **المبحث الثالث: أثر الفضائيات على الشباب.**

➢ **الدراسات السابقة.**

المطلب الأول: المفهوم

المقدمة:

مما لاشك فيه أن العالم يشهد تطورات كبيرة في المجال العلمي وتقنيات الاتصال ، حيث كان لهذا التطور انعكاس على وسائل الاتصال والإعلام على وجه الخصوص وكافة مناحي الحياة على وجه العموم . ولهذا فإن هذا التقدم العلمي أوجد لنا ثورة معلوماتية وتقنيات جديدة في وسائل الاتصال الجماهيري وغيره . وهذا بدوره أدى إلى تنوع الفضائيات المختلفة التي ترسل رسائل ذات مضامين متعددة للفئات المستهدفة .

- **تعريف القنوات الفضائية:**

القنوات لغة: هي جمع قناة والمراد بها في اللغة الرمح، و(قناة) الظهر، و(القناة) المحفورة. ويجمع الكل على (قنى) مثل حصاة وحصى، وعلى (قناء) مثل حبال، و(قنوات)، و(قنو) على فعول و (قنيت)، (القناة) بالتشديد احتفرتها، و(قنوت) القناة الرمح والجمع قنوات، وكل خشبة عند العرب قناة كالعصا والرمح وجمعها قنى وقني(المقري، 2000،ج2).

الفضائية لغة: بالمد المكان الواسع و (فضا) المكان (فضواً) من باب قعد إذا اتسع فهو (فضاء) (المقري، 2000،ج2).

القنوات الفضائية: تركيب حديث, وهو اختصار لقنوات التليفزيون الرقمية التي تبث من خلال الأقمار الصناعية. فالقنوات الفضائية هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة تحدد عموماً بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من القنوات (الفوزان، 2007).

ويعرف حجاب (2008) القنوات الفضائية بأنها : " وسيلة إعلامية تتم من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي الخاص بالبلد وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير، ومنه إلى محطة الاستقبال الموجودة في القمر الصناعي ثم يعاد بث الإشارة من القمر الصناعي إلى محطات الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة في حيز الـ(FOOT PRINT) الخاص بالقمر الصناعي، التردد المستخدم في حيز نطاق الميكروويف(C,Ors,ku, band) كما أن هناك ترددات أخرى تقاس بالجيجا هرتز وهي أعلى من التردد المستخدم في البث الأرضي".

ويعرف الحسن (2008) المحطات الفضائية العربية بأنها:" المؤسسات الإعلامية التلفزيونية التي تبث مواد وبرامج تلفزيونية عبر الحيز الفضائي من خلال الأقمار الصناعية، وتبث باللغة العربية بشكل رئيسي إضافة للغات أخرى، وتتمركز إدارتها واستوديوهاتها بالدول العربية بالغالب، وتقدم مختلف أنواع المواد التلفزيونية، وتتعدد أنواعها لتشمل المحطات الشاملة، وأخرى متخصصة، مثل محطات: الأخبار الشاملة، المنوعات الموسيقية الأفلام، الترفيه، الاقتصاد، الرياضة، الحوارية، الدينية، المرأة، التفاعلية، الواقع، الطفل، وغيرها.

والناظر في التعريفات السابقة يجد أنها تحوي نوعاً من الجمع بين المفهوم والآلية .ولهذا يرى الباحث أن مفهوم القنوات الفضائية هو : " مؤسسات إعلامية تلفزيونية تبث مواداً إعلامية ذات مضامين معينة عبر الأقمار الصناعية إلى أجهزة الاستقبال المخصصة لذلك "

- **خصائص التلفزيون الفضائي:**

بما أن الفضائيات في الغالب لا يمكنها أن تبث موادها إلا من خلال جهاز التلفاز, فإننا سنتحدث عن خصائص ومميزات التلفزيون والفضائيات.

يتميز التلفزيون بأنه يجمع العناصر الثلاثة المؤثرة في خيال الجماهير وهي الصوت، والصورة، والحركة، والتلفزيون يجذب الأطفال والعوام والطبقة غير المتعلمة بوجه عام ويتميز التلفزيون عن سائر وسائل الإعلام الأخرى بما يلي(حجاب، 2008) :-

1- إنه أقرب وسيلة للاتصال الموجه .

2- إن التلفزيون يتفوق على مختلف وسائل الإعلام الأخرى بصورة منقطعة النظير في الأحاديث السياسية التي يلقيها رؤساء الدول والحكومات والحكام والزعماء وقادة الرأي عن المسائل الدولية والقومية المهمة، وكذلك في الأزمات السياسية المحلية والدولية والثورات والحروب والمباريات الرياضية المهمة .

3- إن وجود التلفزيون في المساكن وكثرة الفضائيات تيسر الإعلام للناس دون أن تكبدهم عبئاً مادياً أو مشقة بدنية .

4- تعميم الرموز: يعمل التلفزيون على تعميم الرموز بحيث تصبح جماهيرية، ولهذه الخاصية جوانب إيجابية ، وتتمثل الجوانب الإيجابية في المساهمة في إيجاد نوع من الوحدة الفكرية، والتقليل من الأنماط والقيم والأفكار والتجارب الشخصية وهذا الجانب ينطبق على التلفزيون والإذاعة .

5- السرعة في نقل الأخبار .

6- مجانية الخدمة .

7- تغير أنماط الترفيه والتسلية الجماعية .

8- سعة الانتشار .

9- القدرة على التحديث والمتابعة .

10- المصداقية والمقدرة على الإقناع .

فإن الهم الأول للفضائيات ليس ما يقدم إلى المشاهد, وإنما حساب مقدار الربحية التـــي تجنيها هذه الفضائيات التي ركز معظمها على الجوانب المرتبطة بالتسلية والترفيه, معتمدة فـــي ذلك على المستورد الفني الأجنبي هرباً من تكلفة الإنتاج، ولم تشدد هذه الفضائيات على مضمون هذا المستورد وفيما إذا كان يتضمن التحريض على ارتكاب الأفعال غير المشروعة قانونـــاً أو يشكل تجاوزاً على أعراف وتقاليد المجتمع أو أنه يروج لمفاهيم تمثل اعتداء على كرامة الفـــرد (العلوان، 2007).

ويتفق الباحث مع العلوان في كلامه في أن معظم الفضائيات وليس كلها تهتم بالجانـــب الربحي على حساب المضمون.

ويرجع تاريخ الفضائيات العربية إلى أواخر عام 1990 الذي شهد انطـلاق أول قنـاة فضائية عربية, وهي القناة الفضائية المصرية الأولى، التي بدأت بثها فـي 22 ديـسمبر عـام 1990 والتي كانت البداية لانطلاق قنوات فضائية عربية عديدة ومتنوعة، سواء كانت قنـوات حكومية أم قنوات خاصة. بل إن الملفت للنظر هو تزايد عدد القنوات العربيـة بوضـوح فـي السنوات الأخيرة، فبعد أن كان يقدر عددها بعشرين قناة في منتصف التسعينات، تجاوز عـددها الآن 500 قناة ، الأمر الذي أدى إلى زيادة حدة المنافسة بـين الفـضائيات العربيـة أو بـين الفضائيات العربية والأجنبية (العلوان، 2007).

وكما هو الحال في شتى جوانب الحياة، فقد سعت إدارة كل قناة فضائية لاكتساح السوق التلفزيوني، والمقصود بذلك كسب أكبر عدد ممكن من الجماهير، الحصول علـى أعلـى ثمـن للإعلان عبر شاشتها مما يوفر الربح المادي الوفير. ويذكر أن عدد من القنوات في تنافسها هذا تبذل الأساليب الأخلاقية والتنافسية الشريفة، فيما تقوم قنوات أخرى باستخدام أرقام بعيدة عـن الدقة بجماهيريتها ونسبة مشاهدتها محاولة لكسب المعلن والجمهور.

- **تعريف الإعلام الإسلامي :**

تُعَدًّ الفضائيات الإسلامية وسيلة من أبرز وسائل الإعلام الإسلامي ، كونها تدعو إلـى الأهداف والمضامين نفسها وتنطلق من ذات النهج وتلتزم بثوابت مشتركة فيما بينهما .

ولهذا لابد لنا من التطرق لمفهوم الإعلام الإسلامي كونه وثيـق الـصلة بالفـضائيات الإسلامية .

يُعَرفِّ **العوير (2007)** الإعلام الإسلامي بأنه: إعلام متميز يستمد صفاته وخصائـصه من تعاليم الإسلام ومن منهج الدعوة فيه.

ويعرف **الضاري (2007)** الإعلام الإسلامي بأنه: هو إعلام يقوم على تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة داخل الأمة الإسلامية وخارجها.

أما **إمام (1985)** فيعرف الإعلام الإسلامي بأنه إعلام يقوم على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة، وتكوين المجتمع الإسلامي المتماسك المتكافل المبني على عقيدة الإسلام ومبادئه.

- **تعريف الفضائيات الإسلامية :**

للفضائيات الإسلامية تعريفات متعددة منها :

عرفها **إبراهيم (2008)** بأنها : " الفضائيات التي أنشئت لتحقيق أهداف إسلامية وتنطلق من مرجعيات إسلامية وإن اختلف تخصصاتها "

وعرف **العياري (2006)** القنوات الأيديولوجية والدينية بأنها :" قنوات ملتزمة بنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه إلى مشاهديها من متبني العقيدة أو المذهب أو الخط الأيديولوجي" ويلاحظ أن هذا التعريف أعم من التعريف الأول إذا يشمل القنوات الإسلامية وغير الإسلامية . ولهذا يرجح الباحث التعريف الأول كونه مختصاً بالفضائيات الإسلامية وليس الفضائيات الدينية أو الأيديولوجية .

ولذا، فإن الفضائيات الإسلامية هي التي تكون المرجعيةُ الإسلاميةً في رسالتها وهي الضابط الوحيد الذي يجب توفره لكل البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات، وفي حال وجود الإسلام كمرجعية للفضائيات فلن تجد العُري في الفضائيات، ولا إعلانًا خارجًا ولا أغنيةً خليعة، أو فتوى مضللةً، أو وجهةَ نظرٍ استبداديةً. ولذلك فمرجعية الإسلام ضرورة لوجود رؤية شاملة للقنوات الفضائية الإسلامية وغير الإسلامية، خاصةً إذا ما عرفنا أن آخر إحصائيات المشاهدة أثبتت أن الإقبال على القنوات العامة أكثر من الإقبال على القنوات الإسلامية (عوض، 2008).

المطلب الثاني:

- **نشأة الفضائيات الإسلامية:**

يمكننا القول: إن الإعلام الإسلامي ما زال إعلاماً ناشئاً، فجل القنوات الإسلامية المنتشرة الآن عبر الأقمار الصناعية هي وليدة سنوات قليلة فقط، وأول قناة فضائية إسلامية كانت قناة "اقــرأ" التي تتبع لشبكة (ART) حيث كانت تضم هذه الشبكة مجموعة من القنوات الغنائية والدراميــة والرياضية ، فكانت قناة "اقرأ" النبتة الأولى في مجال الفضائيات الإسلامية فــي أكتــوبر عــام 1998(http://www.iqraa-tv.net) ، ثم تبعها بسنوات قناة المجد الفضائية التي أصبحت بعد ذلك شبكة من القنوات الإسلامية المتخصصة في شتى المجالات الشرعية والدنيوية ، ثم تبعهــا بعد ذلك ظهور الفضائيات الإسلامية الكثيرة التي زاد عددها حتى الآن عن أكثر من 60 قنــاة فضائية، وقد قام الباحث بذكر بعض هذه القنوات والتعريف بها في الملحق الخاص بالدراسة.

- **أسباب ظهور الفضائيات الإسلامية:**

تُعَدُّ الفضائيات الإسلامية كغيرها من وسائل الإعلام الإسلامي ، لها أسباب وعوامــل أدت إلى ظهورها وساعدت على انتشارها وزيادة عددها ، ويمكن عزوها إلى ما يأتي: (عوض، 2008) :-

- تعرض الإسلام في السنوات الأخيرة خصوصاً بعد انهيار المعــسكر الاشــتراكي ونهايــة الحرب الباردة وتضعضع الدول الإسلامية لتشويهٍ كثير، وأكاذيبَ حول حقيقته، وانتقــاداتٍ لاذعة من أعدائه تحتاج للرد عليها بالقوة نفسها.
- طغيان الماديات خلال القرن العشرين وما تلاه وكثافة التبشير بالعلمانية في مختلف الــدول التي استشرى فيها الإعلام وتداخل الشعوب, يقتضى تجلية العنصر الروحي للإنسان حتــى لدى المسلمين أنفسهم. ويجعل من الضروري توضيح حقيقتها ومراميها وخطــورة الــذين

يريدون توظيفها ضد خصومهم من المسلمين، ثم التبشير بما يناقضها من سـلوك وأحكـام تعتمد على المنطق والعقل.

- ليس الإسلام دين عبادة فقط، وإنما هو دينٌ حث على العمل بشكليهِ الـدنيوي والأخـروي وجعل الثواب عليهما أمراً مرغوباً ومنصوصاً عليه.
- نَشرُ الإسلام أمرٌ مفروض على الأمة بالنصوص القطعية ومأجورٌ عليه، ولم يرِد على سبيل التخيير أو المزاج الفردي.
- عمق الثقافة الإسلامية وعموميتها لبني الإنسان, ثم شموليتها لمجالات الحياة الإنسانية كافةً يقتضي توضيحها بشكل واضح ودقيق لمن لم يقفوا على ذلك.
- دحض المفتريات العديدة التي أفرزتها بعضُ النظرياتِ التي سُميت بالعلمية, وهـي ضـدَّ وجود الخالق, وضد عملية التدين برمتها مما يقتضي تجليتها وتوضيح الحقيقة.

لذا فإنه لكل هذه الأسباب، وارتباط أمر الدعوة بقضية الإنسان في كيانه البشري، وتحفيـز طاقاته العقلية، فإن الواجب يقتضي تكثيف العمل الذكي عبر القنوات الفـضائية, وتكثيـف حملات الدعوة وبرامجها عبر كل الوسائل الإلكترونية والمكتوبة. ولا بـد أن يـتم عبـر الفضائيات على وجه الخصوص توضيح رؤية الإسلام في كل ما يُطرح ضـده بتـصحيح المفاهيم الخاطئة وتجلية الحقائق المتعلقة بالعقيدة وغيرها.

- **أهداف الفضائيات الإسلامية:**

وقد لخص الطاهر (2008) أهداف الفضائيات الإسلامية بما ويأتي :

1- تحقيق الأغراض الإسلامية التي ينبغي أن تصبغ المجتمع كله ، وهي مهمة الإعلام الأولى وهدفه الرئيسي .

2- مواجهة الأفكار المنحرفة وتنقية المجتمع من الشوائب .

3- درء المفاسد التي يمكن أن ترد على الإعلام نفسه أو من إعلام آخر .

4- صناعة رأي عام واضح الفكر والاعتقاد .

5- الذود عن حياض الدين الإسلامي بأسلوب مليء بالحكمة والموعظة الحسنة.

6- الدعوة والإرشاد .

7- الابتعاد قدر الإمكان عن المكانية والحزبية .

8- التربية الصحيحة والتعليم المستنير الواعي .

9- التنشئة السليمة بعيداً عن الأفكار التي تبعد المسلم عن حقيقة الإسلام .

10- شرح الإسلام الصحيح بلغات العالم المختلفة والرد على الادعاءات وتفنيدها .

- **خصائص الفضائيات الإسلامية:**

إن الإعلام الإسلامي – ومنه الفضائيات الإسلامية – يمتاز بميزات وخصائص عدة جعلته مغايراً لمثيله من الفضائيات ووسائل الإعلام الأخرى . ويمكن إجمال تلك الخصائص بالأمور الآتية: (البكري 2007) (الطاهر 2008) :

1- إعلام عقائدي بالدرجة الأولى مرتبط ارتباطاً راسخاً بالعقيدة الإسلامية .

2- إعلام مسؤول يتسم بالمسؤولية لأنه قائم على الإيمان بالجزاء ، مما يؤثر في أخلاق الناس وعملهم وشخصياتهم .

3- إعلام رسالي ، أي له غاية وهدف ورسالة .

4- إعلام مرن يتفاعل مع قضايا الأمة المصيرية تفاعلاً حقيقياً .

5- إعلام متزن لا يقول إلا خيراً .

6- إعلام عام لعموم البشر من منطلق أن الدين الإسلامي للناس كافة .

7- الوضوح والكمال من حيث المصدر والعطاء .

- **أنواع الفضائيات الإسلامية:**

يرى إبراهيم (2008) أن أنواع الفضائيات الإسلامية من حيث المضمون تنقسم إلـــى أربعة أنواع :

النوع الأول : دعوية فقط . مثل قناة الناس ، وميزتها أنها تهتم بتثقيف الأمة الإسلامية ونشر العلم الديني والدنيوي وتبتعد عن السياسة وصراعاتها .

النوع الثاني : دعوية اجتماعية . مثل قناة اقرأ ، فهي تقدم بالإضـــافة إلـــى البـــرامج الدينية والثقافية, مسلسلات تاريخية وبرامج ناطقة باللغة الإنجليزية ، وبين الحين والآخر تقدم أغنيات دينية وأناشيد.

النوع الثالث : دعوية شاملة . مثل قناة الرسالة ، حيث تعمـــل علـــى تـــدعيم القـــيم الإسلامية والإنسانية بأسلوب هادئ, وطرح متزن لا يعمل علـــى التحـــريض ويلتـــزم المبادئ المهنية في إطار عمل إعلامي مؤسسي متكامل .

النوع الرابع : دعوية سياسية . مثل قناة المنار ، فهي تنهج الموضـــوعية فـــي تبنـــي القضايا العادلة والمحقة للأمة جمعاء ، باعتماد المعايير المهنية والإعلامية الاحترافيـــة في أخبارها وبرامجها ضمن القوانين والأعراف والأنظمة المعمول بها دولياً .

ويرى الباحث أن هذا التصنيف غير دقيق لأن النوع الثالث يـــشمل القنـــوات الدعويـــة السياسية ، وكما ذكر في المثال الرابع فإن هذه القنوات كقناة المنار تقدم برامج دينيـــة واجتماعية بالإضافة للمواد السياسية وبهذا فقد أصبحت قناة شاملة وعلى حد علم الباحث فإنه لا يوجد قناة دعوية سياسية بالكامل .

- **إيجابيات وسلبيات الفضائيات الإسلامية:**

يرى الباحث من خلال عمله في هذا المجال وإطلاعه على مجموعة من المراجع والتجارب الإعلامية الإسلامية مجموعة من الآثار الإيجابية والسلبية للفضائيات الإسلامية .

أما الإيجابية فهي :-

1- زيادة الوعي والثقافة الدينية لدى عامة الجمهور .

2- توفير بديل من المواد الإعلامية المباحة الملتزمة بالضوابط الشرعية.

3- إبراز أهم الأحداث والمناسبات الدينية والتفاعل معها.

4- إنشاء جيل من الإعلاميين الملتزمين بضوابط الإعلام الإسلامي.

5- تحبيب عامة الجمهور بالدعاة والعلماء من خلال مشاركتهم عبر الشاشة في شتى المناسبات والأحداث الاجتماعية والجماهيرية.

وأما السلبية فهي :-

1- إبراز مجموعة من الأشخاص كشخصيات دينية تحظى بثقة الناس رغم وجود ملاحظات وشبهات شرعية على هذه الشخصيات .

2- انتشار الجانب المادي التجاري لدى بعض القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية وإعطائه أولوية أكبر من الجانب الدعوي.

3- تكريس شكل وفهم جديد للحياة الإسلامية يقع في غالبه ما بين التشدد الزائد وما بين الانفتاح الزائد أيضاً بحسب توجه القائمين على هذه القنوات.

بينما يرى إبراهيم (2008) بأن سلبيات الفضائيات الإسلامية عائدة إلى ما يلي:

1- إحداث نوع من الاضطراب والتشتت في ذهن المشاهد المسلم وغير المسلم بسبب تعدد أنواع هذه الفضائيات .

2- اختلاف الأهداف الفرعية للفضائيات الإسلامية مما يساهم في تكريس أهداف فرعية ضيقة على حساب أهداف كلية إسلامية .

3- وجود بعض مظاهر التشدد في خطاب بعض الفضائيات وساوكها، مثل منع ظهور المرأة أو رفض الموسيقى .

4- سعي بعض الفضائيات إلى الهيمنة على المشاهد المسلم مما يؤدي إلى التنافس بينها على جذب المشاهد بحيث تتجاهل أصول الدين وقواعده في العبادات والمعاملات .

المبحث الثاني: قناة الرسالة

- **المطلب الأول: مفهوم قناة الرسالة:**

انطلق البث الترويجي لقناة الرسالة الفضائية في تمام الساعة السادسة مساءً في1 محرم الموافق 31 يناير 2006، التي تتميز بطرحها الإسلامي الأصيل بروح وإيقاع الإبداع العصري، فكان شعارها اللفظي: الرسالة إبداع و أصالة. فقد بدأت من خلال رغبة الأمير السعودي الوليد بن طلال في إنشاء قناة فضائية إسلامية، وبالفعل اتفق في هذا الشأن مع طارق سويدان، وقام سويدان باختيار الاسم. واسم "الرسالة" يحمل معاني شمولية المنهج المستقى من الرسالة السماوية إلى الأرض التي جاء بها الإسلام. (موقع القناة ، http://www.alresalah.net).

وشهدت قناة الرسالة الفضائية تطوراً مستمراً سواء في بلورة هويتها البصرية أو نشر الوعي بشخصيتها الوسطية بين القنوات الدينية، وقد بذلت جهود كبيرة في بدايات تأسيس القناة

لرفع الوعي بالقناة (awareness) لدى المشاهد العربي من جهة ولتجاوز العديد من الأصوات التقليدية التي هاجمت توجهات القناة الوسطية من جهة أخرى.

وقد تطورت قناة الرسالة خلال السنوات الماضية بشكل مطرد, إلا أن هنـــاك محطـــات بارزة في مسيرة القناة شهدت ما يمكن تسميته بالقفزات التي حققتها القناة نحو ريـــادة المـــشهد الفضائي العربي في مجال الفضائية الدينية العربية، وهي ثلاث قفزات أساسية:

1- الانطلاقة:

تلك التي شهدت انطلاقة القناة في سماء الإعلام العربي عام 2006، فالإعلام الإسلامي بعد إطلاق قناة الرسالة لم يعد كما كان قبلها، حيث أحدثت القناة تطويراً كبيراً في مفهوم الإعلام الإسلامي وقادته نحو مناطق جديدة من الإبداع البصري, الذي يحرر البرنامج الديني من أســـر التقليدية المملة، مما دفع القنوات المنافسة إلى الارتفاع بمستوى إنتـــاج البـــرامج الدينيـــة إلـــى مساحات جديدة غير مطروقة سابقاً، كما أصبحت قناة الرسالة أيقونة للقنوات الجديدة التي جعلت من القناة مثالاً يحتذى .

2- الهوية:

وكانت في دورة رمضان 2007 عندما ركزت القناة على الهوية الدينية وقـــدمت دورة بشعار "وسارعوا" حيث قدمت القناة من البرامج التي تعبر عن الهوية الدينية الواضحة للقناة.

3- ارتفاع المشاهدة:

وكانت في دورة مارس 2009 وتوجت في دورة رمضان 1430 هـــ حيث شهدت قناة الرسالة ارتفاعاً ملحوظاً في نسب المشاهدة اعتمد على ركيزتين أساسيتين هما: تغليب الكيـــف على الكم وخريطة برامجية ذكية استهدفت المشاهد المستهدف في الوقت المناسب(قناة الرســـالة الفضائية. (2009).

- **أهداف قناة الرسالة:**

تهدف قناة الرسالة إلى محاولة تغيير المشاهد باستخدام منهجية التغيير العلمي والتربوي و تحمل قناة الرسالة الهوية الإسلامية والعربية السمحة، ولعل الأهداف التي تطمح إليها توضح هويتها بالتفصيل، حيث تركز على ما يأتي: (كفاوين ، 2008)

1. تغيير المبادئ الخاطئة(Principles)، حيث تشمل تغيير الأفكار عبر تثبيت الفكر الإسلامي الوسطي الصحيح ، وتغيير الهوية عبر غرس مبادئ الإسلام والاعتزاز به وبالعروبة ، وتغيير القناعات عبر تأكيد القناعات الصحيحة وتغيير القناعات الخاطئة.
2. ترشيد الاهتمام(Interests) ، عبر معرفة اهتمامات الإنسان من خلال متابعة كيف يقضي وقت فراغه ومن هذه الاهتمامات الثقافة والقراءة ، الفن والجمال ، الرياضة ، التربية ، الترفيه.
3. تنمية المهارات(Skills) ، وهي باختصار ما يتقنه الإنسان من أمور تساعده على الإنتاج، بحيث كلما زادت مهارات الإنسان زاد عطاؤه ونفعه وأثره. والملاحظ أن الاهتمام بالمهارات في العالم العربي ضعيف إلى حد كبير، ويمكن للقناة أن تساهم في زيادة الوعي بأثر المهارات. كما يمكنها أن تمارس دوراً في تنمية بعضها لدى المشاهد. ومن بين المهارات التي يمكن التركيز عليها:
   - مهارات إدارية.
   - مهارات شخصية.
   - مهارات فنية.
   - مهارات تقنية.

4. تطوير العلاقات(Relations) ، فالإنسان يتأثر كثيراً بالعلاقات من حوله ويتشكل جزء منه حسب نوعية من يحيطون به وطبيعة علاقته بهم. وقناة الرسالة تستطيع أن تساهم في توجيه العلاقات وبنائها بشكل سليم، ومن ذلك:-

العلاقات الأسرية ، العلاقات الزوجية ، الصداقات ، فنون العلاقات.

5. التعريف بالقدوات (Role Models) ، تعمل قناة الرسالة على المساهمة بشكل كبير في تعريف المشاهدين بالقدوات الجيدة وتوجيههم للاقتداء بها ومن بين هذه القدوات :

الرموز التاريخية ، العلماء ، الناجحون ومن لديهم تجارب إيجابية ، الملتزمون والمبدعون.

ويرى المشاهد والمتابع لقناة الرسالة الفضائية أنها ما زالت بحاجة لفترة من الزمن لتحقق هذه الأهداف, وأنها ما زالت في المراحل الأولى من تحقيقها.

لذا فإن هدف قناة الرسالة هو الوصول إلى الشخصية الإسلامية المتميزة القادرة على صناعة نهضة الأمة كلها، وهذا من خلال تغيير اهتمامات الأفراد للأنفع والأجدى، وتطوير المهارات، ثم" الدعوة". و"الدعوة" كما نفهمها تعني الارتقاء بعلاقة الفرد مع الله؛ وذلك من خلال اتخاذ الأساليب المتطورة في الخطاب الديني، حسب فهمنا للإسلام كدين لا يقتصر على الشعائر فقط، وإنما كمنهج حياة متكامل. وعلى هذا تريد قناة الرسالة تقديم منتج مناسب لهذا الهدف(نصر، 2007).

وقناة الرسالة تحمل الهوية الإسلامية والعربية السمحة، ولعل الأهداف التي تطمح إليها توضح هويتها بالتفصيل، حيث تهدف قناة الرسالة إلى محاولة التغيير الإيجابي لسلوكيات المشاهد باستخدام منهجية التغيير العلمي والتربوي؛ فهي تهتم بقضايا الأمة العربية الإسلامية والوطنية, وتعمل على دعم الانتماء الإسلامي و العربي لجميع الشعوب العربية، وتسعى للمساهمة في إمداد مشاهديها بقيم وأخلاقيات تربوية عامة تساعد مشاهديها على التغيير السلوكي

لجميع أفراد الأسرة، وتعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية وجمع الأسرة العربيـــة علـــى شاشتها بتقديم ثروة فكرية مرئية من البرامج التربوية الهادفة والمتنوعة الجوانـــب الاجتماعيـــة والتنموية والشرعية والترفيهية... التي تحتاج إليها الأسرة العربية بأسلوب هادئ وطرح متزن, لا يعمل على التحريض ويلتزم المبادئ المهنية في إطار عمـــل إعلامـــي مؤســـسي متنـــاغم متكامل(قناة الرسالة، موقع الكتروني:http://www.alresalah.net.)

- **سياسات وقيم قناة الرسالة :**

يذكر (أحمد ،2008) عدداً من سياسات قناة الرسالة الفضائية وقيمها، منها :

1- عدم المخالفة لعقدية الإسلام ، مع السماح بالحوار العقائدي العلمي الذي يراعي احتـــرام الأدب مع كل الأديان .

2- احترام المرأة وعدم تبذلها واشتراط الحشمة والذوق والأدب .

3- عدم طغيان جنسية معينة على القناة ، والحرص على الكفاءات بغض النظر عن انتماءاتها

4- السماح بالموسيقى والأغاني التي تحمل القيم الدينية والأخلاقية والوطنية .

5- الابتعاد عن السياسة وصراعاتها (عدا القضية الفلسطينية).

6- عدم تجريح الدول ، والأشخاص ، والهيئات ، والمنظمات ، والأحزاب ، والجماعات وما في حكمها .

7- عدم النيل من الطوائف والمذاهب الإسلامية مع السماح بالحوار المؤدب الراقي للوصول إلى الحقيقة والتفاهم.

8- تشجيع العمل الخيري المنضبط بالقوانين والنظم .

9- قبول كافة مصادر الإيرادات الحكومية أو الإعلانية أو الشخصية بشرط التزامها بالأمور أعلاه ، ويشترط عدم الإخلال باستقلالية القناة.

10- عدم التوسع في البرامج التي ليس لها هدف ، كبرامج الضحك التي لا هـدف منهـا أو التهريج أو السيرك ونحوها .

11- عدم التعصب لمذهب فقهي معين .

12- التنويع في برامج القناة وعدم طغيان اتجاه معين كبرامج الحوار أو الـدين أو البـرامج الوثائقية.

- **طبيعة البرامج:**

تجاوزت قناة الرسالة بنسب وهوامش معقولة سيطرة برامج الوعظ التقليدية إلى تقـديم برامج في التنمية البشرية والفكرية وقصص السيرة والتاريخ بقوالب فنية مناسبة وجديدة.

وقد درست قناة الرسالة المنافسين وحاولت تقديم برامج قوية في أوقات الـذروة، مـع دراسة أوقات الذروة الخاصة بالقنوات الدينية وطبيعة اختلافها عن أوقات الذروة في القنـوات الأخرى، كما حرصت القناة على مراعاة سطوة الدراما في جدول برامجها، وتوجيـه البـرامج حسب أوقات البث لمناطق جغرافية مختلفة مثل الخليج وبلاد الشام والمغرب العربي؛ فمن أهم ملامح عام 2009 التوسع في إطلاق البرامج المباشرة استجابة لحاجات الجمهـور المباشـرة، وتحقيقاً لرسالة القناة في تقديم الاستشارات الدينية والتربوية والاجتماعية لمختلف الشرائح، ففي برامج الشباب قدمت القناة برنامج (الحياة حلوة يا شباب) الذي يخاطب الشباب مـن الجنـسين, ونال متابعة حثيثة من الشباب واحتوى على مسابقات مميزة لإطلاق طاقات الشباب ومواهبهم، وفي المجال النفسي تم تقديم برنامج (النفس والحياة) لطارق الحبيب، وفي المجال الاجتماعي تم تقديم برنامج (بدون إحراج) لنخبة من العلماء التربويين من السعودية، وفـي المجـال الفقهـي تفردت قناة الرسالة باستضافة كبار العلماء أمثال المشايخ عبد الله المطلق وعبد الله المنيع و خالد المصلح في برنامج يستفتونك وبشكل يومي، وفي المجال الدعوي والفكري تـم بـث برنـامج

(توقيعات)، وهي برامج كلها حظيت بمتابعة جيدة من الجمهور وتم فتح المجال للتواصل مع هذه البرامج عبر المواقع الإلكترونية المتخصصة ورسائل الجوال والاتصال المباشر بالاستوديو (قناة الرسالة الفضائية، 2009).

لذا فإن قناة الرسالة تقدم القيمة الإسلامية بشكل إعلامي متطور ومتنــوع، بدايــة مــن التخطيط للأعمال داخل القناة حتى بثها إلى الجمهور، حيث تقوم بتقديم برامج متعددة تراعــي الفئات المختلفة، وكذلك الدراما المنوعة، والأغنيات والأناشيد. كما حرصت على أن يكون داخل كل عمل بناء مركَّب من الفقرات المختلفة، حيث تعتمد على عناصر الجذب للمشاهد من إبهار الصورة وأعمال "الجرافيك".

وإن قناة الرسالة لديها برامج عديدة لها صدى وقبول جيد، حيث إنها اســتطعت خــلال الفترة القليلة من عمرها أن ترضي جميع الأذواق. ولكن القائمين عليها وجدوا أن هناك حالــة اختلاف مزاجي حادة جدًّا في العالم العربي، فقد يلقى برنامج ما قبولاً واسعاً في بلد من الــبلاد، ولا يقبله جمهور بلد آخر، ومن أكثر البرامج التي لاقت قبولاً برنامج "طلة قمر" الــذي تقدمــه الفنانة المعتزلة صابرين، و"النبلاء" الذي يقدمه الدكتور عائض القرني، و"حور الدنيا" الذي تقدمه الفنانة المعتزلة أيضاً منى عبد الغني، و"صناعة القائد" للدكتور طارق سويدان، أما الدكتورة عبلة الكحلاوي فهي" الفرس الرابح" داخل المحطة، ويعتبر برنامجها "قلبي معك" من أقوى البــرامج. (نصر، 2007).

لكن هنا يبقى سؤال مفتوح لقناة الرسالة الفضائية، هل صدى هذه البرامج وقبولها لــدى المشاهد العربي يوازي أو يشابه صدى برنامج (كلام نواعم) وقبوله؟!

وتعتمد قناة الرسالة الفضائية في أساليبها على التنوع في طرح البرامج بعيداً عن القولبة التي تبعث على الملل مما يسبب عزوفاً للمشاهدين, وذلك حتى تستطيع الوصول لأكبر شــريحة

ممكنة من المشاهدين في جميع أنحاء الوطن العربي الكبير؛ فبرامجها منوعة تشمل: البرامج الحوارية، وبرامج النساء، والبرامج العلمية، والبرامج التسجيأتية والوثائقية، وبرامج اقتصادية، والإفتاء الديني، والدراما بأنواعها، وبرامج الأطفال، ونقل الصلوات، والتقارير الميدانية، وبرامج دينية وخيرية، والمسابقات غير التقليدية... وغيرها من البرامج النافعة للمشاهدين والمساهمة في التأثير الإيجابي في فكر الأمة العربية, والمحافظة على وسطية شبابها بعيداً عن التطرف أو التفريط والمساهمة في تحسين سلوكهم وتحفيزهم ودعمهم لحمل مشعل النهضة والتطور(قناة الرسالة، موقع إلكتروني:http://www.alresalah.net.)

- **التخطيط للدورات البرامجية لعام 2009 في قناة الرسالة :**

تسعى قناة الرسالة الفضائية بعد عامها الرابع، بحسب كلام القائمين عليها لتحقيق تقدم ونمو وتطور على جميع الأصعدة ، حيث وضعت نصب أعينها أن تكون في هذا العام على رأس القنوات الدينية ومن بين العشرين الأوائل في عموم القنوات العربية وذلك من خلال تقديم وجبة متكاملة للمشاهد العربي تجمع بين العلم والمعرفة في إطار فني شيق وممتع، فحشدت في سبيل ذلك أفضل البرامج التي يقدم من خلالها نخبة من الدعاة والعلماء المميزين مواد مختارة من علوم القران وقصصه، والحديث النبوي وجوامعه، والسيرة ورجالها، ومقاصد الشرع وفقهه، في تناسق فكري مدروس ولغة بصرية ممتعة تحلق بالمشاهد نحو آفاق السكينة للنفس والطمأنينة للقلب.

ومن أجل ذلك قامت قناة الرسالة الفضائية بالتخطيط للدورات البرامجية في هذا العام بشكل مغاير عن الأعوام السابقة, نتيجة الخبرات المتراكمة التي تشكلت لديها عبر السنين الثلاث الماضية, مستخدمة في ذلك عدداً من الوسائل اعتمد فيها على مصادر رسمية مثل شركة إبسوس

للدراسات التي زودتها بكافة المعلومات المتعلقة بنسب المشاهدة والأوقات الرئيسية لدى مختلف الشرائح والفئات المستهدفة، كما قامت بالاعتماد أيضاً على مصادرها الخاصة ودراساتها واجتهاداتها الذاتية في هذا المجال التي منها على سبيل المثال طرح استبيان خاص أطلقته القناة عبر موقعها الإلكتروني حول برامج القناة, حيث تنوعت أسئلة الاستبيان حول مواعيد المشاهدة ومقدمي البرامج والمواضيع المفضلة, والشكل الفني وطبيعة البرامج والعديد من الأسئلة الأخرى. وقد كان التفاعل من الجمهور والمشاهدين كبيراً جداً – حسب تعبير القناة – وشارك الجمهور لأول مرة معهم في التخطيط ورسم ملامح الشاشة من خلال تعبئة الاستبيان الموجود على موقع القناة؛ حيث قام فريق متخصص من قناة الرسالة بدراسة الاستبيان بالإضافة إلى كافة الدراسات ووسائل الاستطلاع الأخرى وتم تقديم النتيجة النهائية للمجلس التنفيذي للقناة الذي أخذ بها بشكل كبير عند التخطيط للدورة البرامجية الجديدة.

ومن التوصيات التي لابد من التركيز عليها في أثناء التخطيط للدورات البرامجية, تم مراعاة أهم النقاط والملاحظات التي تكونت عند دراسة الشاشة وتحليلها على مدار العام الماضي . وتمت دارسة أهم البرامج التي قدمت في مختلف الدورات حتى تم الوصول لعدة توصيات، من أهمها(الرسالة ، 2009):

1. ضرورة تنويع البرامج من حيث المحتوى والقالب العام.
2. تدعيم الشاشة بوجوه جديدة.
3. زيادة جرعة البرامج التفاعلية المباشرة.
4. تخصيص برامج للفتيات.
5. مراعاة الأوقات المناسبة للفئات المستهدفة مع الأخذ بعين الاعتبار القنوات المنافسة.

6. تغيير فلسفة التخطيط للدورة من خلال تقليل عدد البرامج وتطوير شكلها الفني والموضوعي وإعادة توزيعها بشكل أفضل على الخريطة البرامجية.

7. زيادة سرعة إيقاع الشاشة ورشاقتها من خلال تدعيمها بفواصل منوعة تغطي مختلف الجوانب الدينية والاجتماعية والتاريخية.

8. التفاعل مع المناسبات الدينية العامة ومواكبتها من خلال برامج خاصة.

9. تطوير وتفعيل نظام قراءة جداول نسب المشاهدة وانعكاس ذلك على تحسين الجدولة واختيار البرامج وفقاً للأوقات والشرائح المستهدفة.

10. تفعيل وتطوير الإنتاج المشترك والتبادل البرامجي مع القنوات غير المنافسة وشركات الإنتاج الزميلة وتنفيذ حملات مشتركة وتحقيق الريادة في هذا الموضوع لقناة الرسالة.

وقد أرفق الباحث بالملاحق جدولاً باسم البرامج للدورة البرامجية 2009 ملحق رقم 4 .

المبحث الثالث:-

- **أثر الفضائيات على الشباب:**

يعد التلفاز (والقنوات الفضائية نمطاً متقدماً منه) في الوقت الحالي من أكثر وسائل الإعلام أهمية لما له من تأثير مباشر وقوي على أفراد المجتمع كافة، لذلك فنحن في حاجة مستمرة إلى ضرورة ضبط ما يعرضه هذا الجهاز المهم والخطير من مواد إعلامية مختلفة، وبما يتفق مع منهجنا الديني وأخلاقيات وعادات مجتمعاتنا العربية والإسلامية(أحمد، 2008).

وفي الوقت الذي كانت المدرسة والأسرة من أهم وسائل التنشئة الاجتماعية للأبناء في القدم، فإن التلفزيون قد أخذ من دورها الجزء الكبير. فساعات المشاهدة الطويلة والمتواصلة

للأطفال واليافعين من كلا الجنسين تترك في مخيلتهم وقناعتهم أفكاراً محددة يرسلها القـــائمون على إنتاج المواد التلفزيونية، وهذا يشير لخطورة تأثير التلفزيون على الجيل الجديد.

و من خلال المتابعة لمسيرة الإعلام الفضائي الذي طوقَ حياتنا من كل الزوايا يلاحظ أمرٌ في غاية الخطورة, هو أنَّ أصوات التشكيك في الإسلام قد تعالت بشكلٍ رهيبٍ ومخيف من قبل الأوساط الغربية.

الذي أخافنا أكثر, هو تعهد هذه المنابر التي تشكك في الإسلام وتهينه وتنتقدُ أحكامه بل وتتجرأ على نبيه نهاراً جهاراً وبالصوت الواضح. وعندما نظرنا في حقيقة ديننا وجدنا أنـــه دينٌ ذو خصوصية وتميز بين الأديان السماوية قاطبةً التي أنزلها الله ﷻ عبـــر رُسُـــلِه أفـــضل الصلاة والسلام عليهم ليكون خاتمة لعلاقة السماء بالأرض من حيث التكليف، ووضـــع أســـس العودة إلى الذات الإلهية في نهاية المطاف. هذه العودة التي لا مناص منها كما جاء فـــي قولـــه تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الإِنسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَى رَبِّكَ كَدْحاً فَمُلاقِيهِ﴾ (سورة الانشقاق، آيـــة 6). وقـــال فـــي سورة مريم: ﴿وَكُلُّهُمْ آتِيهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَرْداً﴾(سورة مريم، آية 95). ولما كان طريق العودة أزليـــاً وفيه خياران لا ثالث لهما هما طريق الخير وطريق الشر كما جاء في قوله تعـــالى: ﴿وَهَـــدَيْنَاهُ النَّجْدَيْنِ﴾ (سورة البلد، آية 10) فقد كان لزاماً على هذا الدين أن يستنبط أفضل السبل وأقـــصرها لتوضيح هذين الطريقين للبشرية حتى لا تكون التهلكة هي المآل النهائي وسط جهل الناس وعدم إدراكهم؛ فالإسلام نفسه نحا طوال تاريخه شتى المناحي مستنبطاً أفضل الطرق للدعوة ونـــشر الفضيلة في بقاع الأرض قاطبةً. وقد واجه في ذلك كثيراً من العوائق التي أرادت أن تحـــصره في جزيرة العرب.

ورغم أن علم الدعوة لم يجد حظه الكافي من الدراسة بين المسلمين وغيرهم, إلا أن تطور علم الاتصال بصفة عامة الذي طرأ حديثاً نسبياً في حياة البشرية, جعل من دراسة الدعوة وكل فنون الاتصال والإعلام الإسلامي أمراً حتمياً لسببين هما(عوض، 2008).

1- معرفة حقيقة الإسلام وما جرى عبر تاريخه الطويل خصوصاً ما أفاد به أوربا كلها عبر الأندلس؛ حيث إن المسلمين هم الذين علموا أوربا الطب والفلك والرياضيات والجبرة والهندسة والجغرافيا والجراحة والكيمياء.

2- استنباط الأسلوب الأمثل لتقديم الإسلام في قالبه الحقيقي دون تشويه, وذلك بالاستفادة من تطور قنوات الإعلام التي ما زالت هي الأخرى في طور البحث والتمحيص والتطوير كإحدى إفرازات التطور البشري.

ويمكن تقرير حقيقة غاية في الأهمية، وهي أن التلفاز – والقنوات الفضائية أحد أشكاله – قد أثار من المناقشات والجدل العلمي أضعاف ما أثارته وسائل الإعلام الأخرى، ومن خلال تلك المناقشات يتحدد موقع التلفاز في عملية التأثير وتبادل المعاني في المجتمع، فقد كشفت الدراسات والأبحاث والمناقشات عن توجهات بحثية تمثلت في ثلاثة نماذج، نموذج الآثار القوية، ونموذج الآثار المحدودة، ونموذج الآثار المعتدلة، وضمن كل نموذج جملة من الافتراضات والنظريات العلمية.

ومن كل ذلك نلحظ ضرورة وجود تأثير بغض النظر عن مستواه، وطبيعته، وآثاره وخاصة أن الإعلام اليوم لم يعد قاصراً على إشباع الاهتمامات وغرس المعلومات، وإنما تحول إلى صناعة الاهتمامات وإعادة التشكيل الثقافي للإنسان من خلال التوعية الإعلامية المختلفة والتقنيات المتطورة، التي عجز الإنسان أمام سطوتها عن متابعة كل ما تقدم والإحاطة به ولو في حدود حاجته واهتمامه. فإن "مرحلة الشباب" من حياة الإنسان، هي المرحلة الأخطر

والأدق، باعتبارها بداية التكليف الشرعي، ونشوة العمر وجدّته، ولهذا اهتم المصلحون بالشباب، لرعاية شؤونهم، وتوجيه سلوكهم، وتقويم انحرافهم، ووقاية أخلاقهم، ليعيشوا حياة سعيدة مستقرّة، ويكونوا سعداء صالحين. (وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، 2008).

ويبين (القحطاني، 2006) أثر القنوات الفضائية على الشباب فيما يأتي:

أولا: الأثر على التحصيل الدراسي: فمن الطبيعي حينما يقضي الشاب الساعات الطويلة أمام الشاشة البلورية أن يهمل في دراسته, لقلة التحصيل والقراءة والمتابعة لأنك تجده نائماً في المحاضرة لسهره الطويل أمام شاشات التلفاز.

ثانياً: قتل الغيرة: في نفوس الشباب فلم تعد لمثل هذه القيمة الغالية من أثر كبير لما أحدثته مشاهدات الأفلام التي تحكي وتصور أن من الطبيعي أن يرى الرجل مع زوجته أو أخته صديقاً في العمل أو زميلاً في الجامعة.

ثالثا: العزوف عن الزواج والاكتفاء بالمناظر المحرمة: فإن الشباب الذين تأثروا بمناظر العري والفاحشة التي هي المادة الرئيسية في معظم القنوات الفضائية المختلطة، ظهر من توجهاتهم عزوف عن الزواج ورغبة عنه

رابعا:التعويد على ارتكاب الجريمة: بعرض أساليب متعددة للسرقة و تعاطي المخدرات والإخلال بالأمن؛ فهذه الفضائيات دأبت على استساغة الجريمة واعتيادها من خلال عرض أفلام الجريمة، المسماة بالأفلام البوليسية.

خامساً: نشر القدوة السيئة بين الناس: وذلك بصنع قدوات غير مشرفة للاقتداء, فنجد دعوة للتشبه بالممثلين والممثلات في ملابسهم وأزيائهم وشخصياتهم.

سادسا: الدعوة للتمرد على المجتمع: فتجد فيها الدعوة للتمرد على الدين والأخلاق، والعـــادات والتقاليد الحسنة الموروثة عن الآباء والصالحين، مثل الترابط الأسري والاجتماعي وبـــر الوالدين وصلة الأرحام وحسن الجوار، والشفقة بالضعفاء والمساكين والأرامل والأيتـــام، والكرم والشجاعة والأمانة وغير ذلك من الأخلاق الطيبة والسجايا الحسنة، و تدعو هـــذه الفضائيات بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى الأخلاق السيئة كالظلم والكبر، والعجـــب والسرقة، والقتل والضرب والخيانة وتضييع الأمانة وغير ذلك من الأخلاق السيئة.

سابعا: الدعوة للرذيلة والوقوع فيها: من خلال بث صور من الحب والتعلق العاطفي والقصص التي تسعى بكثير من الشباب إلى أن يحاولوا أن يطبقوا كثيراً منها في الواقع, وان يمارس الممارسات نفسها التي رآها دون رادع أو تمييز بين الحقيقة والصورة المنقولة.

مما سبق يرى الباحث أن للفضائيات دوراً في التأثير السلبي أو الإيجـــابي علـــى الشباب ، إذ أن معظم الشباب يقضي عدداً من الساعات يومياً أمام التلفاز . وهذا بـــدوره يؤدي إلى أن يتأثر الشاب بما يشاهده, مما ينعكس على سلوكه وتصرفاته . وبناء على ما تقدم تبرز أهمية الفضائيات الإسلامية في استثمار هذه الأوقات بما هو مفيد ، وبما يحقق آثاراً وانعكاساتٍ على الفئة المستهدفة (الشباب) من خلال البرامج التي لابد لها أن تتميز في شكلها ومضمونها .

الدراسات السابقة:-

الدراسات العربية:

- **الطاهر، الرشيد إسماعيل. (2008) . دور القنوات الفضائية وأثرها على الشباب**

تناولت هذه الدراسة تأثير القنوات الفضائية على السلوك الاجتماعي العام في المجتمع ، وقسم الباحث القنوات الفضائية من حيث وجود الجانب الإيجابي أو السلبي إلى أقسام عدة مبيناً طبيعة كل قسم منها وآثاره على المجتمع.

كما تطرق الباحث إلى أثر تلك القنوات على الشباب, مبيناً أهمية مرحلة الشباب وخطورتها ومدى تأثرها بالقنوات الفضائية, والنتائج السلبية التي انتشرت بسبب السلوكيات المنحرفة, مبيناً المحاولات الجادة في محاربة مثل هذه السلوكيات.

كما تناول الباحث في دراسته مفهوم الإعلام الإسلامي ومهمته ، وأهمية الفضائيات الإسلامية ذاكراً بعض الأمثلة عليها ، كما تحدث عن المسؤولية الإعلامية للفضائيات الإسلامية, مستدلاً على ذلك ببعض الشواهد من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية.

وتناول الباحث خصائص الفضائيات الإسلامية مثل ارتباطها بالعقيدة والاتزان والمرونة والثبات وغيرها من الخصائص ، وتناول وظائف هذه الفضائيات مثل تبليغ الدعوة ونشر الرسالة ورد الشبهات وغيرها.

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة منها :

1- القنوات الفضائية تساهم في تسميم أفكار الشباب وزيادة السلوكيات الغربية

2- أنها تثير فيهم حب المغامرة وتنمي العدوانية وتزرع في نفوسهم التحرر من القيود والأخلاق.

3- أنها تُعوِّد الشباب على السهر أمام الشاشات مما يضيع صلاة الفجر وقلب نظام الفطرة الإلهية.

4- أنها تسهم في فتنة الشباب عبر الصور الفاضحة والماجنة.

5- أنها تقوم بتجميل الوجه القبيح للحضارة الغربية؛ حيث يقلدها الشباب ويجعلها نموذجاً يحتذى.

وأوصت الدراسة بضرورة إنشاء مؤسسة إسلامية عالمية لإنتاج برامج تخاطب الشباب, مما يحقق أهدافهم الدينية والدنيوية. كما دعت إلى دعم القنوات الفضائية الإسلامية وإيجاد المشاريع والبرامج التربوية الأسرية الجادة والهادفة ، كما أوصت الدراسة بأهمية إنشاء مجلس إعلامي يضم الدول الإسلامية للتنسيق وتوحيد الأهداف الإعلامية الإسلامية.

- **الكفاوين ، هاشم (2008). تجربة قناة الرسالة الفضائية .**

حيث تحدث عن فكرة تأسيس القناة ورؤيتها وأهميتها وهويتها، مبيناً الأهداف التي تسعى لتحقيقها. كما تحدث عن معادلة الجمع بين الأصالة والإبداع والموازنة بين الاحتراف والالتزام في الكوادر البشرية والنخبة والأمة في الشريحة المستهدفة. كما تحدث عن التوازن في الوسائل والعلاقة بين الشكل والمضمون, ثم بين التحديات المستقبلية التي تواجه القناة ، وتطرق الباحث إلى بعض سياسات القناة وضوابطها مثل ظهور المرأة على القناة واستخدام الموسيقى والغناء فيها.

- **إبراهيم ، عمر الخير (2008)، تجربة الفضائيات الإسلامية بـين حقيقـة الخطـاب الإسلامي وواقع المسلمين.**

حيث بين المقصود بالفضائية مبيناً الخصائص التـي تتحلـى بهـا موضـحاً مفهـوم الفضائيات الإسلامية, ذاكراً أبرز الوظائف التي تقوم بها، كما خصص مطلبـاً لبيـان خصائص الخطاب الإسلامي, مثل كونه لا يغيب العقل وأنه متمسك بالأصالة وحريص على المعاصرة, وأنه يدعو إلى الروحية ولا يهمل المادية إلى غير ذلك من الخصائص كما قسم الفضائيات الإسلامية من حيث المضمون إلى أنواع متعددة, ذاكراً الأسباب التي تحول دون وجود خطاب إسلامي موحد ، مبيناً التحديات التي توجه هـذه الفـضائيات وكيفية التعامل معها. وقد خلصت الدراسة إلى ضرورة فهـم القـائمين علـى هـذه الفضائيات للخطاب الإسلامي وواقع المسلمين, على أن الفضائية وسيلة إن لـم يحـسن استخدامها في صالح المسلمين استخدمت ضدهم ، وأوصـى بعـدم تحكـيم الأهـواء والأعراف والمصالح الذاتية في هذه الفضائيات

- **أبو الهيجاء، أحمد سيف الدين. (2009).العوامل المؤثرة في قرار تفـضيل المـشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية، دراسة ميدانية في مدينتي عمان وإربد.**

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في قرار تفضيل المشاهد الأردني لقنوات فضائية عربية محددة على غيرها من القنوات المنافسة, وتحديد الأهمية النسبية لكل عامل منها، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على نقاط القوة والضعف في أداء القنوات الفضائية العربية من الجانب التسويقي (فيما يتعلق بمتغييرات التفضيل)، انطلاقاً من وجهة نظـر عينـة الدراسـة، والعمل كذلك على تأكيد نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف فيها.

اشتمل مجتمع الدراسة على كافة أفراد المجتمع الأردني من المشاهدين للقنوات الفضائية العربية, وذلك ضمن مدينتي عمان وإربد ومهما تنوعت خصائصهم الديموغرافية (علماً أن أكبر مدينتين في الأردن من حيث السكان, هما عمان وإربد على الترتيب وهما مكان الدراسة الحالية)، وقد تم الاعتماد على عينة تفي بغرض هذه الدراسة من جهة, وتتناسب مع قدرات الباحث من جهة أخرى، وكان سبب اعتماد الباحث على هذا الأسلوب من المعاينة باعتباره شائع الاستخدام في دراسات سلوك المستهلك، وذلك لأسباب عدة منها كبر حجم مجتمع الدراسة، كما أن استخدام هذا الأسلوب في المعاينة يتيح للباحث المرونة اللازمة لضمان احتواء مفردات العينة المختارة على أهم الخصائص الديموغرافية والنفسية والسلوكية المرغوب دراستها. وقد تم توزيع (1000) استبانة على مشاهدي القنوات الفضائية العربية من المجتمع الأردني في مدينتي عمان وإربد في (الجامعات، والمؤسسات، والشركات، والمدارس). علماً أنه بلغ عدد الاستبيانات المسترجعة (909) استبانة، وبذلك فقد بلغت نسبة المسترجع (90.9%)، ولغايات التحليل الإحصائي فقد تم استبعاد (54) استبانه لعدم صلاحيتها، سواء من حيث عدم اكتمال الإجابات أو لعدم المصداقية في تعبئتها، وبذلك بلغت نسبة الاستبيانات القابلة للتحليل الإحصائي (85.5%) وهي تمثل حجم العينة في هذه الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها:

1- إن إرضاء حاجات المشاهد المختلفة، يُعَدُّ عاملاً مؤثراً ورئيسياً في قرار تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية، وذلك باعتبار أن إرضاء الحاجات المختلفة (الإخبارية، والدينية، والترفيهية) هي المحرك الرئيسي لسلوك المشاهد الأردني.

2- تأثير عامل القيمة المدركة للقناة (بنوعيتها الاجتماعية والعاطفية) في قرار تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية.

3- تُعَدُّ الثقة عاملاً مؤثراً في قرار تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية، وذلك باعتبار أن وجود مستوى كافٍ من الثقة يوفر فرصة أكبر لقبول القنوات الفضائية.

4- يعد عامل الجذب والانبهار عاملاً مؤثراً في قرار تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية، وذلك انطلاقاً من أهميته في إثارة انتباه المشاهدين وجذبهم.

5- تأثير أساليب الترويج المستخدمة في القناة الفضائية في قرار تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية. وذلك انسجاماً مع دور الترويج في التعريف، والإقناع، والتغيير.

6- يوجد تأثير للعوامل الديموغرافية الآتية: (العمر، والحالة الاجتماعية، والمهنية)، في الاتجاهات نحو العوامل المؤثرة في تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية، باستثناء العوامل الديموغرافية الآتية: (الجنس، والدخل الشهري، والمستوى التعليمي).

7- إن ترتيب متغييرات التفضيل حسب الأهمية النسبية هو كالآتي: إرضاء حاجات المشاهد أولاً، الجذب والانبهار ثانياً، عامل الثقة ثالثاً، أساليب الترويج رابعاً، وأخيراُ القيمة المدركة من قبل المشاهد.

وخلصت الدراسة إلى عدة توصيات كان من أهمها:

1- وجوب تشكيل مجموعة من الصور الإدراكية الإيجابية عن القنوات الفضائية العربية وعن كل ما تقدم من برامج متنوعة.

2- يجب على القنوات الفضائية العربية أن تقوم بمراعاة القيم الدينية والأخلاقية واحترامها، بالإضافة إلى العادات والتقاليد الإيجابية للمجتمع الأردني، وذلك من خلال ما يقدم من برامج متنوعة ومختلفة أكانت محلية أم دولية، علماً أن نتائج الدراسة أكدت على أهمية الجانب الديني والأخلاقي والقيمين بالنسبة للمشاهدين وتفضيلهم إياها بناء على ذلك. وجوب إرضاء الحاجات الثلاث الرئيسية وذلك ضمن المبادئ والمعايير الإسلامية والاجتماعية. ومثال ذلك وجود – حالياً – فضائية القدس الإخبارية التي تلتزم في تقديم هدفها الإعلامي الجانب الإسلامي، وأيضاً بعض القنوات الدينية التي تحاول إرضاء حاجات المشاهدين المختلفة ضمن الإطار الديني.

3- يجب على القنوات الفضائية العناية أكثر بالجانب الترويجي من خلال اختيار وتوظيف المزيج الترويجي الأكثر فعالية وكفاءة من (المقدمين، والإعلانات، والدعاية، والعلاقات العامة).

4- يجب على القنوات الفضائية العربية أن تعمل بشكل مستمر على تحسين أداء وجودة برامجها المختلفة. وذلك بسبب التنافسية العالية في عالم الفضائيات من القنوات العربية أو الأجنبية، كما يجب عليها أن تواكب الأحداث والمتغييرات البيئية المختلفة المحلية منها والدولية والمشتقة من واقع الأحداث الآتية، وعدم القيام بإغفالها أو تقليل تناولها كما ينبغي.

5- أهمية وجود الميزانيات القوية والكافية لدى القنوات الفضائية العربية، وذلــك للتنــافس بشكل عادل مع القنوات العربية والأجنبية.

6- الاهتمام بالتخطيط على المدى القصير والطويل، من خلال تحديد مجموعة من الأهداف الواقعية بشكل واضح ودقيق، والعمل كذلك على تحقيقها حسب الأولويات البيئية.

7- وجوب توظيف رجال التسويق ذوي الكفاءة العالية، وذلك بهدف دراسة وفهــم واقــع السوق الفضائي العربي، ومحاولة تحسين حال القنوات الفضائية العربية ســوقياً مــن خلال إرضاء طرفي المعادلة السوقية (المشاهد والقناة الفضائية العربية).

8- ضرورة البقاء على تواصل مع المشاهدين من خلال اللقــاءات الميدانيــة والدراســات التسويقية والاقتراحات والآراء حول القناة الفضائية ومستوى الخدمات المقدمة، نكــون أيضاً على اتصال مع حاجات المشاهدين المختلفة محاولة إرضاءها دائماً. ويمكن تحفيز المشاهدين لتزويدنا بالمعلومات والأفكار القيمة، ومن خلال إعطاء شــهادات وجــوائز مالية للأفكار والمساهمات الإيجابية في تطوير القناة الفضائية الدينية وخدماتها المختلفة.

- **الحسن،نديم ربحي محمد. (2008). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطــات الفضائية العربية.**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطــات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضــهم لهذه المحطات.

ولبلوغ أهداف هذه الدراسة، قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من (3) أجزاء:

الجزء الأول: البيانات الشخصية.

الجزء الثاني: عادات وأنماطها المشاهدة.

الجزء الثالث: تقييم المحطات الفضائية العربية.

تكون مجتمع الدراسة من الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة. أما عينة الدراسة فقد شملت (5) جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها بالطريقة العشوائية البسيطة، وهي: اليرموك، والهاشمية، والحسين بن طلال، والبتراء، وجرش. وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (650)، والمستردة (572) بنسبة استجابة (88%).

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يأتي:

- جاءت محطة (MBC1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها: (MBC2), (روتانا)، (الجزيرة الإخبارية)، و(LBC). وتجدر الإشارة إلى أن (الفضائية الأردنية) جاءت بالمرتبة التاسعة تفضيلاً للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات الفضائية العربية.
- جاءت المحطات الفضائية العربية الآتية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: (الفضائية المصرية)، (العقارية1)، (Chatco)، (الاقتصادية).
- اتفق معظم الطلبة على أن الكليبات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.
- جاء نوع محطات الدراما (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.
- جاء نوع البرامج الدرامية (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.

- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من (1-2) ساعة يومياً في أيام الدوام و الدراسة، بينما ترتفع إلى (4 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.
- فترة السهرة من (8-11 مساء) هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.
- الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو الترفيه والتسلية، ثم قتل الفراغ والملل.
- يجد معظم الطلبة المحطات الدينية تزيد من صلتهم بالله، وتشدهم محاضراتها وبرامجها للمتابعة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، من أهمها:

- زيادة حصة الشباب في البرامج التلفزيونية.
- الاهتمام بالإنتاج الدرامي العربي.
- فتح باب المشاركة للشباب في إعداد وإنتاج وتقديم البرامج الموجهة لهم.
- الابتعاد عما يخدش الحياء العام والآداب في الكليبات الغنائية التي تبثها المحطات الغنائية.
- تركيز بث برامج الشباب في فترة السهرة، وفي أيام العطل و نهاية الأسبوع.
- تقديم برامج موجهة للشباب تنهض بهم معرفياً، وتزودهم بالعلم والتسلية الهادفة.

- **السني، فتحي رمضان (2007). تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الأساسية للأسرة: دراسة ميدانية**

تناولت الدراسة الأسر المقيمة في العمارات السكنية بإحدى الأحياء في ليبيا، وبلغ مجتمع الدراسة (15) ألف أسرة، موزعين على (3700) شقة سكنية، وبلغت العينة (1200) أسرة، ومن أبرز النتائج التي خلصت إليها الدراسة: الفضائيات هي من أكثر الوسائل الاتصالية

متابعة لدى العائلات الليبية. الغالبية منهم يجدون سلبيات الفضائيات أكثر من إيجابياتها، فاتجاهاتهم نحوها سلبية.

أما سلبيات الفضائيات برأيهم فهي: القضاء على الهوية الوطنية، ونشر ثقافات وأخلاقيات مخالفة لثقافتنا ومتنافية مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدنا العربية الإسلامية. وتشير الدراسة إلى دور الأمهات والآباء الكبير في مواجهة هذه السلبيات من خلال تدعيم أدوارهم في الأسرة والمجتمع.

وتوصي الدراسة بأن تلعب الأسرة دوراً أساسياً في بلورة مفاهيم إيجابية لدى أفرادها، وتعميق وعيهم إزاء التعامل مع برامج الفضائيات، واختيار البرامج المفيدة.

- **العياري، المنصف (2006). قنوات القطاع الخاص العربية: المقتربة الكمية .. أو المهمة المستحيلة**

قامت هذه الدراسة بمحاولة لحصر عدد الفضائيات العربية، لكن الباحث اكتشف عدم قدرته على ذلك بسبب إنشاء محطات جديدة بشكل كبير وسريع، وانتهاء محطات عن البث دون سابق إنذار، لكن الرصد لعدد الفضائيات لغاية شهر أيلول (2006)، يفيد بأنها بلغت (270) محطة حكومية وخاصة.

بلغ عدد القنوات الحكومية (63) محطة، منها (34) محطة جامعة (شاملة)، والباقي متخصصة إما بالرياضة، أو المرأة والطفل، أو دراما أو تعليمية. أما القنوات الخاصة التي لا تعود ملكيتها للدولة، فقد بلغ عددها (207)، وهذا يعني أن القطاع الخاص يستحوذ على (76,66%) من مجموع القنوات الفضائية العربية.

وقد صنفت المحطات الفضائية العربية الخاصة على النحو الآتي: جامعة(شاملة) عددها (43) محطة، دينية (أيديولوجية) عددها (13) محطة، ترفيهية عددها (81) محطة، تثقيفية

عددها (7) محطات، إخبارية عددها (10) محطات، اجتماعية (مرأة وطفل وأسرة) عددها (10) محطات، رياضية عددها (15) محطة، اقتصادية عددها (7) محطات، خـدمات عـددها (21) محطة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة ملاحظات عن واقع المحطات الفضائية العربية، ومنها:

- هنالك محطات تشرع بالبث التجريبي ثم تختفي دون سابق إنذار أو مبرر.
- هنالك محطات تظهر تحت مسمى معين ثم تتحول عنه، مثل: محطة ستار أكاديمي، التي تحولت إلى محطة نغم، ومحطة قناتي تحولت من محطة خاصـة بالأطفـال إلـى محطة ترفيهية تفاعلية تبث الرسائل القصيرة والموسيقى على مدار الساعة.
- ندرة المعلومات المتعلقة بهوية المحطات الخاصة العربية سواء في المجلات العلمية المتخصصة أو في مواقع الإنترنت الخاصة بها.
- فلسفة القطاع الخاص في التركيز على الترفيه مع إهمال الأخبار والتثقيف.

- **الحديد، علي يحيى (2006). دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القـيم لـدى طلاب الجامعة الأردنية**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القـيم لـدى طلبة الجامعة الأردنية، وبلغت عينة الدراسة (1052) طالباً وطالبة وزعـت علـيهم اسـتبانة الدراسة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: وجود دور إيجابي للتلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعة الأردنيـة، وبلغـت أعلى النتائج للقيم المشكلة لدى طلاب الجامعة الأردنية مرتبـة ترتيبـاً تنازليـاً: قـيم العمـل الاجتماعي، والقيم الجمالية، والقيم الاجتماعية.

ومن أهم التوصيات التي خلصت إليها الدراسة: يجب على التلفزيون الأردني العمل على زيادة بث البرامج التي تحمل القيم الإيجابية لغرسها في نفوس الشباب، وضرورة قيام مؤسسات المجتمع التعليمية والثقافية والاجتماعية والتربوية والشبابية بوضع منظومة قيمية مستمدة من ديننا الإسلامي، وثقافتنا العربية، والعمل على تعزيزها في نفوس الشباب الأردني من خلال بثها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، وضرورة إشراك الاختصاصيين الاجتماعيين في إعداد البرامج التلفزيونية الموجهة للشباب وإنتاجها، وذلك ليقوموا بدورهم التنموي والعلاجي لهم.

- **مزيد، محمود. (2006)."دوافع استخدام المراهقين للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة لهم".**

هدفت الدراسة إلى معرفة إقبال جمهور المراهقين المصريين على التعرض للقنوات الفضائية ومعدل التعرض لهذا البث، والتعرف على أهم القنوات الفضائية العربية والأجنبية التي يشاهدها المراهقون، بالإضافة إلى التعرف على دوافع تعرض المراهقين للقنوات الفضائية العربية والأجنبية. وقد توصلت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية هي الأكثر مشاهدة من قبل المراهقين حيث بلغت نسبتها 100% بينما بلغت نسبة مشاهدتهم للقنوات الأرضية 79.5%، أيضاً.

دلت النتائج على أن الفترات الأكثر تركيزاً لمشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية تتركز بشكل أساسي بين فترتي المساء والسهرة حيث بلغت نسبتها 79%، وأيضاً تمثلت أهم القنوات الفضائية العربية بين أفراد العينة في كل من قناة LBC بنسبة 73.2%، وقناة DREAM بنسبة 60.3%، ART بنسبة 59.8%، MBC 41.3%، وقناة الجزيرة بنسبة 42.5%، كما دلت

النتائج على أن أهم المواد التي يفضل المراهقون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية هي كالآتي: المباريات والبرامج الرياضية 48.6%، والمنوعات والأغاني والموسيقى بنسبة 54.2%، والأخبار والبرامج الإخبارية والسياسية بنسبة 42.5%، والبرامج الفنية بنسبة 42.7%، والبرامج العربية بنسبة 25.7%، والدراما الأجنبية 17.9%، والبرامج الثقافية والأردنية بنسبة 13.4%، وأخيراً كانت القنوات الفضائية العربية أكثر القنوات التي يعتمد عليها المراهقون في معرفة بعض الحالات حيث تتم من خلالها معرفة الأخبار عن القضية الفلسطينية، ومشاهدة البرامج الرياضية، ومشاهدة الأفلام العربية ومشاهدة البرامج الثقافية والأدبية.

- **عبيدات، ذوقان عبد الله (2003). الفضائيات والإنترنت: معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيزاً للإيجابيات**

هدفت الدراسة إلى معرفة ما يشاهده الطلبة في عدد من دول الخليج العربي عبر شاشات الفضائيات، وما يتابعونه من مواقع إلكترونية عبر شبكة الإنترنت. وقد تم توزيع (539) استبانة على طلبة من دول: السعودية، والكويت، وقطر، والبحرين، وعمان، والإمارات. من الذكور والإناث.

وقد أوضحت الدراسة أن الطلبة يشاهدون(2.7) ساعة يومياً التلفزيون، والفضائيات المحلية قد احتلت المرتبة الأولى بالمشاهدة لدى معظمهم. وجاءت الفضائيات الإخبارية الأجنبية بالمرتبة الأولى لمعظم الطلبة كونها مصدر حصولهم على الأخبار, تليها الفضائيات المحلية ثم العربية. وتبين أن أكثر من نصف الطلبة قالوا بأنهم هم من يختارون البرنامج الذي يشاهدون.

بينما يتفاوت من دولة إلى أخرى امتلاك الطلبة لجهاز تلفزيون خاص داخل غرفهم، لكن نسبتهم تزيد في دولة الإمارات وتصل إلى (52%). وأن معظم الطلبة يشاهدون ما يقوم الأهل بمشاهدته من برامج تلفزيونية.

وقد جاءت برامج التسلية في المرتبة الأولى في تفضيل معظم الطلبة للبرامج التي يشاهدون، ثم البرامج الرياضية، ثم الثقافية. آخر ما يأتي في قائمة البرامج المفضلة للطلبة كانت البرامج السياسية.

- **الرواس، أنور محمد (2003). استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربية والإشباعات المتحققة**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دوافع تعرض الشباب العماني للقنوات الفضائية الغنائية، والإشباعات التي تتحقق جراء ذلك، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من طلبة الجامعات العمانية، وتوصلت إلى نتائج عديدة، من أبرزها: (82.5%) من الطلبة يشاهدون القنوات الفضائية الغنائية، ومن يشاهدونها دائماً بلغت نسبتهم (43.5%)، بينما بلغة نسبة الذين يشاهدونها أحياناً (39%).

وكان هدف غالبية الطلبة من المشاهدة هو تمضية وقت الفراغ، ثم الشعور بالسعادة. بينما يجد الطلبة المشاهدون للقنوات الفضائية الغنائية أنهم تنفعهم بالآتي: معرفة أغاني شعوب دول أخرى، تنمية الجوانب العاطفية لديهم. وتبين النتائج أن (76.8%) من أفراد العينة غير راضين عن مستوى أغاني القنوات الفضائية الغنائية، ويرى (91.8%) منهم أن القنوات الفضائية الغنائية لها تأثير مباشر، وتأثير إلى حدٍّ ما على ثقافتهم وقيمهم كطلبة في الجامعات العمانية.

- **الدواوسة، سلاح رشاد (2002)، " استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية، والاشباعات المتحققة"، دراسة ميدانية مقارنة على المدن والمخيمات والقرى في قطاع غزة.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية، ومدى تلبية الفضائيات العربية لرغبات الجمهور الفلسطيني واحتياجاته، ومدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الأنشطة الفردية المختلفة مثل قراءة الصحف والاستماع إلى الراديو ومشاهدة التلفاز المحلي. وقد توصلت الدراسة إلى أن السبب الأكثر أهمية لمشاهدة القنوات الفضائية العربية هو متابعة الأخبار والأحداث الجارية، كما يتضح من النتائج أن القناة الأكثر مشاهدة هي قناة الجزيرة التي حازت على نسبة 75.8% تليها أبو ظبي بنسبة 67.6% بينما حازت MBC على نسبة 54.1%، أيضاً أظهرت النتائج أن نشرات الأخبار احتلت المرتبة الأولى في اهتمامات الجمهور، تلتها البرامج الإخبارية والسياسية ثم المسلسلات، كما أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من المبحوثين لم تتأثر قراءتهم للصحف والمجلات الفلسطينية بمتابعتهم للقنوات الفضائية العربية. وقد أوصت هذه الدراسة إلى إعادة نظر الفضائيات بشكل عام والفضائيات الفلسطينية بشكل خاص في مدى تقديرها لعقلية المشاهد العربي، والاهتمام بصياغة المضامين الإعلامية المقدمة للجمهور، بالشكل الذي يسهم في تلبية احتياجاته، مع ضرورة الاهتمام بالبرامج التي تتناسب مع العادات والتقاليد الفلسطينية والابتعاد عن تقليد الغرب خاصة في مجال الموسيقى والغناء.

- **جبر، رانية أحمد (1998). برامج الشباب في التلفزيون الأردني: تحليل المضمون**

هدفت الدراسة إلى معرفة الموضوعات والقيم والأهداف والقوالب الفنية ومصادر المعلومات في برامج الشباب في التلفزيون الأردني. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

حلت الموضوعات الاجتماعية في المرتبة الأولى من اهتمام برامج الشباب في التلفزيون الأردني. واحتلت القيم الاقتصادية المقام الأول بين القيم الأخرى التي وردت في برامج الشباب. وجاءت الأهداف المعرفية في مركز الصدارة بين بقية الأهداف الأخرى. أما بالنسبة لمصادر

المعلومات، فقد كان اعتماد البرامج على الضيوف المشاركين في البرامج كمصدر لتقديم المعلومات.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مقدمي برامج الشباب قد اعتمدوا في حديثهم على استخدام اللغة العربية الفصيحة بنسبة مرتفعة، مقارنة باستخدام العربية العامية، في حين اعتمد ضيوف البرنامج على استخدام العربية العامية بنسبة مرتفعة، ووردت بعض المصطلحات الإنجليزية بنسبة ضئيلة من قبل مقدمي البرامج والضيوف.

وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام القائمين على إعداد برامج الشباب المهتمة بالموضوعات الحيوية المهمة للشباب، وتنويع القوالب الفنية التي تقدم برامج الشباب ضمنها، والتأكيد على ضرورة إشراك الشباب في البرامج المعدة لهم، من حيث الإعداد والتقديم والتقييم وجميع مراحل الإنتاج.

- **العبد، عاطف، والعلي، فوزية (1994). عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية: دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط المشاهدة لطلبة الإمارات، وقد توصلت وإلى ما يأتي:

أهم ما يشاهده الطلبة هو: الأفلام العربية (99.5%)، المسلسلات العربية (98.4%)، المباريات والأحداث الرياضية (98.4%)، الأخبار (96.8%)، الأغاني (95.8%). بينما يرى (78.9%) من العينة أن مشاهدتهم للفضائيات تحقق إشباعات عدة منها: تمضية وقت الفراغ، معرفة أخبار العالم، الانفتاح على العالم، الاختيار بين بدائل كثيرة من الأفلام والمسلسلات. (المشار إليه في: وهبي، 2004)

- **الزعبي، لطفي محمد (1992). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني**

قد أجريت هذه الدراسة في مدينة عمان، وأظهرت أن ما نسبته (50,7%) من طلبة الجامعات الأردنية غير موافقين بالشكل الكلي الإجمالي على برنامج المجلة الرياضية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، من أبرزها: الاهتمام بتعريف المشاهد بأهداف التربية الرياضية، والتنويع في فقرات المجلة وزيادة عدد مرات العرض، إضافة إلى مشاركة الخبراء في تقديم البرنامج كل حسب تخصصه ومجاله.

- **عبد الحليم، خولة (1980). أنماط وعادات مشاهدة التلفزيون عند الطفل الأردني**

وقد أجريت هذه الدراسة في مدينة عمان، وقدمت كرسالة ماجستير في الجامعة الأردنية، ولم تنشر، وخلصت الدراسة إلى توصيات عدة، من أبرزها : تصميم برامج محلية للأطفال، وتدريب وإعداد العاملين في التلفزيون من مخرجين ومنتجين وكتاب ومصورين وغيرهم بشكل يراعي توجيه انتباههم إلى مخاطر وآثاره التلفزيون على المشاهد.

الدراسات الأجنبية:

- (Anonymous, 2008). Favorite TV Channel Survey: Digital / Satellite Channels.

تم هذا المسح: "مسح قنوات التلفزيون المفضلة" في بريطانيا بين مستخدمي موقع "Face book" وقد توصل إلى القنوات المفضلة لدى المشاهد البريطاني. وأشار إلى عدة مسوح أظهرت أن نصف الرجال الذين تم استطلاع آرائهم يهتمون بمشاهدة البرامج الرياضية، والنصف الآخر ليس لديه اهتمام بالرياضة. كما أظهرت هذه المسوح أنه لا يوجد أثر للجنس على تفضيل القنوات الفضائية أو البرامج التلفزيونية.

- **(Bradley, 2005). Media-Use Study Finds Youths Increasingly Multi-Tasking.**

كشفت هذه الدراسة " دراسة لاستخدام الوسائل الإعلامية" إلى أن الشباب يقومون بعدة مهام في الوقت نفسه " وقامت بها مؤسسة "Henry J. Kaiser Family Foundation" وتبين أن الشباب يقضون جزءا ً كبيرا ً من وقتهم في التعامل مع أشكال متعددة من الوسائل الإعلامية.

فالأطفال والمراهقون يستخدمون الحاسبات الآلية والإنترنت وألعـــاب الفيـــديو دون أن يخفف ذلك من الوقت الذي يقضونه في مشاهدة التلفزيون أو الاستماع إلـــى الموســـيقى. وفـــي الواقع فإن العديد منهم يشاهدون التلفزيون وهم يستخدمون الإنترنت في الوقت نفسه.

- **(Robison, 2005). The Rest of Arab World.**

خلصت هذه الدراسة إلى أن المشاهدين العرب للقنوات الفضائية يبحثون بالدرجة الأولى عن المحطات التي تقدم لهم برامج ترفيهية.

وأظهرت الدراسة أن محطة (MBC1) هي أكثر المحطات الترفيهيـــة شـــعبية علـــى مستوى المنطقة العربية ككل، وجاءت محطة (Dream) بالدرجة الأولى في مصر نظراً لتنوع برامجها، وجاءت محطة (روتانا) بالمرتبة الأولى في كل من الأردن والسعودية.

- **Reiss, Steven, and Wiltz, James (2001) WHY AMERICAN LOVES REALITY TV**

هدفت الدراسة إلى الإجابة على سؤال: لماذا الأمريكيون يحبون مشاهدة بـــرامج تلفزيـــون الواقع؟ وكذلك ما أنماط المشاهدة لهذه البرامج؟ وأيضاً ما القيم والرغبات مـــن مـــشاهدة هـــذه البرامج؟ وقد وجدت الدراسة أن الأشخاص الذين يحبون الأنشطة العقلية هم أقل رغبة بمشاهدة هذه البرامج، بينما الأشخاص الذين لا يحبون الأنشطة العقلية هم أكثر رغبة المـــشاهدة بـــرامج الواقع، ومن النتائج أيضاً أن من يحبون هذه البرامج يحبون المكانة, وهم موافقون مع جملة "أنا مهتم بالمكانة الاجتماعية" وهذا يعني الرغبة في تحصيل الاهتمام من الآخرين وفي النهاية تشير

الدراسة إلى أن الرسالة المدركة من برامج تلفزيون الواقع هـي أن الأشـخاص والمـشاهدين العاديين يمكن أن يصبحوا معروفين ومشهورين في المستقبل وأن الناس الآخرين سوف يكونون مهتمين بمشاهدتهم.

- Lee, Barbara, and Lee, Robert S (1995) How and Why People Watch TV: Implications for the Future of Interactive Television

هدفت الدراسة إلى إجابة: سؤال كيف ولماذا يشاهد الناس التلفاز لتزويدنا بأسـاس عقلـي وتفكير منطقي حول مستقبل التلفاز التفاعلي؟ وقد وجدت الدراسة أن العوامل التي تدفع النـاس إلى مشاهدة التلفاز هي للتخلص من التوتر، والهرب من قلق وعناية الآخرين، وبالتالي اعتبـار التلفاز كدواء مسكن يبعث على الارتياح من الروتين والمشاكل المختلفة، ومن النتائج أيـضاً أن مشاهدة التلفاز تُعَدُّ وسيلة مهمة لإيجاد سبب للتكلم عنه مع الآخرين, ومن ثم مشاركة الآخـرين بالتكلم عن تجربة مشاهدة برنامج معين أو خبر ما.

ويرى الباحث أن الدراسات السابقة في غالبها جاءت عن المشاهدة التلفزيونية بـالعموم، أو أنها ركزت على مواضيع تختلف عن الموضوع الرئيسي لهذه الدراسة. ولهـذا تميـزت هـذه الدراسة بما يأتي :

1- تسليط الضوء على الفضائيات الإسلامية ، كوسيلة من وسائل الإعلام الإسلامي.

2- دراسة حالة قناة الرسالة الفضائية بشكل مفصل ، وطبيعة مشاهدتها من قبل طلبة الجامعات الأردنية.

3- التعرف على عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية .

4–معرفة الدافع الأبرز لمشاهدة الفضائيات الإسلامية ، حيث تبين أنها كانت بالنسبة للطالبة الدافع الأبرز هو التوعية الدينية .

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

الفصل الثالث

منـهجية الدراسة وإجراءاتـها

يتضمن هذا الفصل وصفاً للطريقة والإجراءات, التي استخدمت في الدراسة, كما يتضمن تعريفاً بمنهج الدراسة ومجتمع الدراسة وعينتها, والأدوات المستخدمة فيها, وكيفية بنائها, وإجراءات تطبيقها, والتأكد من صدقها وثباتها, إضافة إلى وصف الطريقة الإحصائية, التي استخدمت في تحليل البيانات, واستخلاص النتائج.

منـهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي (مسح جمهور وسائل الإعلام)، ويعرف بأنه دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة, أو موقف, أو مجموعة من الناس, أو مجموعة من الأحداث, أو مجموعة من الأوضاع. ولا تقتصر هذه الدراسات الوصفية على معرفة خصائص الظاهرة, بل تتجاوز ذلك إلى معرفة المتغييرات والعوامل التي تتسبب في وجود الظاهرة (غرايبة وآخرون،2002، ص33).

وفي إطار المنهج الوصفي يتم استخدام منهج المسح بالعينة، لقياس عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة الفضائية أنموذجاً.

ويعرف منهج المسح بأنه جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة (الدلو، 2005، ص11).

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقـين بالجامعـات الأردنيـة (اليرمـوك، الأردنية، مؤتة، البتراء , جدارا،) المسجلين لعام 2010/2009.

أعداد الطلاب في الجامعات

اسم الجامعة	عدد الطلاب
الأردنية	32624
اليرموك	26874
مؤتة	22750
البتراء	5771
جدارا	1500
المجموع	89519

عينة الدراسة:

بهدف حساب حجم العينة تم أخذ عينة استطلاعية مكونة من (33 طالب)، تم أخذهم من (5) جامعات، وتم توزيع الاستمارات عليهم وإدخالها على برنامج التحليل الإحصائي وحساب حجم العينة الأصلي باستخدام القانون الموضح أدناه:

$$n = \frac{\sigma^2 * Z^2}{e^2}$$

حيث:

n: حجم العينة

σ: الانحراف المعياري تبعاً لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية وبلغت قيمته (0.52).

Z: المساحة المحصورة تحت المنحنى الطبيعي وبلغت قيمته (1.96).

e: الخطأ المعياري (0.05)

$$n = \frac{0.52^2 * 1.96^2}{0.05^2} = 415.5 \approx 415$$

من خلال تطبيق المعادلة أعلاه وجد أن حجم العينة يبلغ (415) من الجامعات الخمس. وتم توزيع أداة الدراسة على الطلبة الذين يشاهدون قناة الرسالة، حيث تم توزيع (550) استبانة، تم استرداد (508) استبانة صالحة للتحليل، بنسبة استرجاع (92%) تقريبا.

والجداول (1-10) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيراتها.

1- متغيير الجنس:

جدول (1)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	229	%45.1
أنثى	279	%54.9
المجموع	508	%100

يوضح جدول (1) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الجنس حيث بلغ عدد الذكور (229) بنسبة مئوية (45.1%)، وبلغ عدد الإناث (279) بنسبة مئوية بلغت (54.9%)، وبلغ المجموع الكلي لمتغيير الجنس (508).

2- متغيير المرحلة الدراسية:

جدول (2)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير المرحلة الدراسية

المرحلة الدراسية	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	489	%96.3
ماجستير	14	%2.8
دكتوراه	5	%1.0
المجموع	508	%100

يوضح جدول (2) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير المرحلة الدراسية حيث بلغت أعلى تكرار لمرحلة بكالوريوس (489) بنسبة مئوية (96.3%) ثم جاء الماجستير بتكرار(14) بنسبة مئوية (2.8%) وكان أدنى نسبة الدكتوراه (1.0%).

3- متغيير الفئة العمرية:

جدول (3)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 19 سنة	176	%34.6
من 19 – 22 سنة	280	%55.1
من 23 – 26 سنة	30	%5.9
من 27 – 30 سنة	7	%1.4
أكبر من 31 سنة	15	%3.0
المجموع	508	%100

يوضح جدول (3) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الفئة العمرية حيث بلغت أعلى تكرار لفئة من 19 – 22 سنة (280) بنسبة مئوية (55.1%) ثم جاء أقل من 19 سنة بتكرار(176) بنسبة مئوية (34.6%) وكان أدنى تكرار لفئة من 27 – 30 سنة (7) بنسبة (1.4%).

4- متغيير نوع الجامعة:

1- جامعة حكومية:

جدول (4)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الجامعة الحكومية

الجامعة	التكرار	النسبة المئوية
الأردنية	164	%32.3
اليرموك	144	%28.3
مؤتة	161	%31.7
المجموع	469	%92.3

يوضح جدول (4) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير جامعة حكومية حيث بلغت أعلى تكرار الجامعة الأردنية (280) بنسبة مئوية (32.3%) ثم جاء جامعة مؤتة بتكرار(161) بنسبة مئوية (31.7%) وكان أدنى تكرار لجامعة اليرموك (144) بنسبة (31.7%).

2- الجامعة الخاصة:

جدول (5)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الجامعة الخاصة

الجامعة	التكرار	النسبة المئوية
جدارا	25	%4.9
البتراء	14	%2.8
المجموع	39	%7.7

يوضح جدول (5) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الجامعة الخاصة حيث بلغت تكرار جامعة جدارا (25) بنسبة مئوية (4.9%) ثم جاء جامعة البتراء تكرار (14) بنسبة مئوية (2.8%).

5- متغيير الكلية:

جدول (6)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الكلية

الكلية	التكرار	النسبة المئوية
الآداب	50	%9.8
العلوم الإدارية	49	%9.6
الحقوق	25	%4.9
الشريعة	129	%25.4
الطب	8	%1.6
الصيدلة	1	%0.2
الهندسة	82	%16.1
العلوم	59	%11.6
الزراعة	5	%1.0
التربية الرياضية	9	%1.8
الفنون الجميلة	7	%1.4

التمريض العلوم	7	%1.4
علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات	7	%1.4
العلوم الاجتماعية و الإنسانية	9	%1.8
الإعلام	5	%1.0
التربية	21	%4.1
الآثار	1	%0.2
مالية ومصرفية	15	%3.0
كليات أخرى	19	%3.7
المجموع	508	%100

يوضح جدول (6) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الكلية حيث بلغت أعلى تكرار لكلية الشريعة (129) بنسبة مئوية (25.4%) ثم جاءت كلية الهندسة بتكرار(82) بنسبة مئوية (16.1%) وكان أدنى تكرار لكلية الآثار (1) بنسبة (0.2%).

6- متغيير مكان الإقامة الدائم:

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير مكان الإقامة الدائم

مكان الإقامة الدائم	التكرار	النسبة المئوية
مدينة	327	%64.4
قرية	153	%30.1
بادية	5	%1.0
مخيم	18	%3.5
أخرى	5	%1.00
المجموع	508	%100

يوضح جدول (7) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير مكان الإقامة حيث بلغت أعلى تكرار لمدينة (327) بنسبة مئوية (64.4%) ثم جاءت القرية بتكرار (153) بنسبة مئوية (30.1%) وكان أدنى تكرار لأخرى و بادية بتكرار (5) بنسبة (1.0%).

7- متغيير الدخل الشهري:

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الدخل الشهري

الدخل الشهري	التكرار	النسبة المئوية
أسرة	449	%88.4
فردي	59	%11.6
المجموع	508	%100

يوضح جدول (8) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الدخل الشهري حيث بلغت تكرار دخل أسرة (449) بنسبة مئوية (88.4%) ثم جاء الدخل الفردي تكرار (59) بنسبة مئوية (11.6%).

8- متغيير مستوى الدخل الشهري بالدينار الأردني:

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير مستوى الدخل الشهري بالدينار الأردني

مستوى الدخل	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 300	175	%34.4
من 300 – 449	151	%29.7
من 450 – 599	68	%13.4
من 600– 749	29	%5.7
750 فأكثر	85	%16.7
المجموع	508	%100

يوضح جدول (9) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير مستوى الدخل حيث بلغت أعلى تكرار لمستوى أقل من 300 (175) بنسبة مئوية (34.4%) ثم جاء المستوى من 300 – 449 بتكرار(151) بنسبة مئوية (29.7%) وكان أدنى تكرار لمستوى من 600 – 749 بتكرار(29) بنسبة (5.7%).

9- متغيير الديانة:

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الديانة

الديانة	التكرار	النسبة المئوية
الإسلام	489	%96.3
المسيحية	1	%0.2
أخرى	2	%0.4
عدم إجابة	16	%3.1
المجموع	492	%96.9

يوضح جدول (10) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الديانة حيث بلغت تكرار ديانة الإسلام (489) بنسبة مئوية (96.3%) ثم جاءت ديانات أخرى بتكرار (2) بنسبة مئوية (0.4%) وكان أدنى تكرار لديانة المسيحية.

أداة الدراسة:

قام الباحث بالرجوع إلى الأدب النظري والمراجع ذات العلاقة، ثم قام بتصميم استبانة لاستخدامها لجمع المعلومات والبيانات، وقد تكونت أداة الدراسة من مجموعة من الفقرات لمعرفة عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة "أنموذجاً"، ملحق (1) يبين الاستبانة بصورتها الأولية.

صدق أداة الدراسة:

بعد إعداد الاستبانة بصورتها الأولية تم عرضها على عدد من المحكمين ممن لهم خبرة في هذا المجال، والذين لهم دراية كافية بموضوع الدراسة، والبالغ عددهم (5) محكمين، (ملحق رقم 3)، بهدف تحكيم الاستبانة ومعرفة مدى صدقها من حيث:

- دقة الصياغة اللغوية ووضوحها لفقرات الاستبانة.

- مدى مناسبة الاستبانة وشموليتها لجميع أبعاد الدراسة ومجالاتها.
- مدى مناسبة الفقرات للمجال الذي تنتمي إليه.
- حذف العناصر أو الفقرات غير المناسبة أو اقتراح عناصر جديدة.

وقد تم الأخذ بملاحظاتهم وآرائهم حول الاستبانة وعُدَّ هذا كافياً لأغراض صدق الأداة، حيث تم إجراء تعديلات لفقرات الاستبانة بناءً على الملاحظات التي قدمها المحكمون, لتصبح الاستبانة مكونة من ثلاثة أجزاء: الجزء الأول تضمن المعلومات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وشمل الجزء الثاني عادات المشاهدة لدى عينة الدراسة، أما الجزء الثالث فتكون من (43) فقرة موزعة على (4) مجالات لقياس درجة تقييم القنوات الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية وهي: مجال القنوات الإسلامية بشكل عام وتضمن (9) فقرات، ومجال قناة الرسالة من ناحية المضمون وتضمن (14) فقرة، ومجال قناة الرسالة من ناحية الشكل وتضمن (13) فقرة، ومجال قناة الرسالة من ناحية التفاعل وتضمن (7) فقرات، (ملحق رقم 1) يبين الاستبانة بصورتها النهائية.

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات الأداة قام الباحث بتوزيعها بعد إجراء التعديلات من قبل المحكمين على عينة استطلاعية مكونة من (33) طالب وطالبة من خارج عينة الدراسة بواقع مرتين وبفارق زمني يمثل أسبوعين بين التطبيقين، وحساب معامل ثبات الاختبار وإعادة الاختبار (Test-re-test) لجميع مجالات الأداة والأداة ككل، كما تم استخدام معادلة كرونباخ ألفا على العينة الأصلية لمعرفة معامل ثبات الاتساق الداخلي لجميع مجالات أداة الدراسة والأداة ككل على العينة الأصلية، جدول (11) يوضح ذلك.

جدول (11)

معامل الارتباط بين التطبيقين ومعامل كرنباخ ألفا لجميع مجالات الدراسة والأداء ككل لعادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: "قناة الرسالة الفضائية أنموذجاً"

رقم المجال	المجال	معامل الارتباط بين التطبيقين	الدلالة الإحصائية	معامل كرنباخ ألفا
1	**تقييم القناة بشكل عام**	0.75	0.000	0.81
2	**تقييم القناة من ناحية المضمون**	0.81	0.000	0.87
3	**تقييم القناة من ناحية الشكل**	0.84	0.000	0.89
4	**تقييم القناة من ناحية التفاعل**	0.83	0.000	0.84
	الأداة ككل	0.87	0.000	0.89

يظهر من الجدول (11) أن معاملات الارتباط بين التطبيقين للعينة الاستطلاعية كانت عالية ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)، كما تراوحت قيم معامل كرونباخ ألفا (0.81-0.89) وهي مؤشرات عالية وتدل على درجة ثبات مقبولة لأغراض تطبيق الدراسة.

تعديل المقياس: تم اعتماد سلم ليكرت للتدرج الخماسي لمعرفة عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية، حيث تم إعطاء الإجابة موافق بشدة (5 درجات)، والإجابة موافق (4 درجات)، والإجابة لا رأي (3 درجات)، والإجابة غير موافق (2 درجتان)، والإجابة غير موافق بشدة (1 درجة واحدة).

كما تم اعتماد المقياس الآتي للحكم على المتوسطات الحسابية:

- أقل من 2.50: بدرجة ضعيفة.
- من 2.51-3.50: بدرجة متوسطة.

- من 3.50−5.00: بدرجة عالية.

متغييرات الدراسة:

أولاً: المتغييرات المستقلة وتشمل:

- **الجنس** وله مستويان: ذكر، أنثى.
- **المرحلة الدراسية** وله ثلاثة مستويات: بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه.
- **الفئة العمرية** وله خمسة مستويات: (أقل من 19 سنة)، (من 19 إلى 22)، (من 23 إلى26)، (من27 إلى 30)، (أكبر من 31 سنة).
- **نوع الجامعة** وله مستويان: حكومية (الأردنية، اليرموك، مؤتة)، خاصة (جدارا، البتراء).
- **الكلية.**
- **مكان الإقامة الدائم** وله أربعة مستويات: مدينة، قرية، بادية، مخيم.
- **الدخل الشهري** وله مستويان: أسرة، فردي.
- **مستوى الدخل الشهري بالدينار الأردني** وله ثلاثة مستويات: (300 − 449)، (450 − 599)، (600 − 749).
- **الديانة** وله مستويان: الإسلام، المسيحية.

ثانياً: المتغيير التابع:

- عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية.

- تقييم قناة الرسالة الفضائية الإسلامية.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم التربوية والاجتماعية (SPSS) في معالجة البيانات؛ حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية لجميع إجابات عينة الدراسة عن عادات وأنماط مشاهدة القنوات الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية، وأبرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها، وأبرز الفضائيات التي يَعُدُّها الطلبة قنوات إسلامية، كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجالات تقييم القنوات الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية، وتم استخدام اختبار $(Chi)^2$ للكشف عن الفروق في أنماط المشاهدة عند أفراد عينة الدراسة.

إجراءات الدراسة:

1. قام الباحث بالرجوع إلى الأدب النظري وعدد من الدراسات ذات العلاقة بموضوع عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية، ثم قام بتصميم الاستبانة.
2. ثم قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة وذلك بعرضها على عدد من المحكمين، وإجراء التعديلات بناءً على ملاحظات المحكمين، لتصبح الاستبانة بصورتها النهائية مكونة من ثلاثة أقسام: الأول تضمن المعلومات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وشمل الجزء

الثاني عادات المشاهدة لدى عينة الدراسة، أما الجزء الثالث فتكون من (43) فقرة موزعـــة على (4) مجالات.

3. ثم قام الباحث بالتأكد من ثبات أداة الدراسة وذلك بتوزيعها على عينة استطلاعية مكونة من (33) طالب وطالبة بواقع مرتين وبفارق زمني مقداره أسبوعان بين التطبيقين، واستخراج معامل ارتباط بين التطبيقين وبلغ (0.87) للأداة ككل، ومعادلة كرونباخ ألفا لمعرفة معامل ثبات الاتساق الداخلي للعينة الأصلية وبلغ (0.89) للأداة ككل.

4. بعد أن تأكد الباحث من مناسبة أداة الدراسة وصحتها، قام بتحديد مجتمع الدراســـة، وتـــم توزيع (520) استبياناً، واسترجاع (508) استبياناتٍ صالحةٍ للتحليـــل، بنـــسبة اســـترجاع (97%) تقريباً، حيث قام الباحث بالتوضيح للعينة كيفية الإجابة على المقيـــاس، والإجابـــة على استفساراتهم حول بعض النقاط والتأكيد لعينة الدراسة على ضرورة الحرص والجدية في الإجابة على فقرات المقياس، وتذكيرهم بأنه لن يطلع على إجاباتهم أحد غير الباحـــث، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

5. ثم قام الباحث بإدخال البيانات بواسطة برنامج الرزم الإحصائية الإنسائية (SPSS) لتحليلها ومن ثم التوصل إلى النتائج ومناقشتها وتقديم التوصيات في ضوء ذلك.

الفصل الرابع

عرض النتائج

الفصل الرابع

عرض النتائج

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التي هدفت الكشف عن عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة "أنموذجــاً"، وســيتم عــرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة.

السؤال الأول: ما عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإســلامية ولقنــاة الرسالة الفضائية؟

للإجابة على السؤال الأول تم حساب التكرارات والنسب المئوية لجميع إجابــات عينــة الدراسة عن عادات وأنماط مشاهدة القنوات الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية، وفيما يأتي عرض النتائج:

1- مشاهدة التلفاز:

استهدفت الدراسة الطلبة الذين يشاهدون التلفاز فقط، والجدول (12) يوضح ذلك.

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير مشاهدة التلفاز

مشاهدة التلفاز	التكرار	النسبة المئوية
نعم	508	%100

2- مشاهدة القنوات الفضائية:

استهدفت الدراسة الطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية فقط، والجدول (13) يوضح ذلك.

جدول (13)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير مشاهدة القنوات الفضائية

مشاهدة القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	508	%100

3- مكان مشاهدة التلفاز:

جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير مكان مشاهدة التلفاز

مكان مشاهدة التلفاز	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	500	%98.4
النوادي	3	%0.6
لدى الأقارب والجيران	3	%0.6
المقاهي	2	%0.4
المجموع	508	%100

يوضح جدول (14) التكرارات والنسب المئوية لمتغير مكان مشاهدة التلفاز حيث بلغ أعلى تكرار في المنزل وبلغ (500) طالب وطالبة بنسبة مئوية (98.4%) ثم جاء مكان المشاهدة في "النوادي" ولدى "الأقارب والجيران" بتكرار (3) لكل منهما بنسبة مئوية (0.6%) وكان أدنى تكرار للمقاهي بتكرار(2) بنسبة (0.4%).

4- مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية:

استهدفت الدراسة الطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية فقط، والجدول (15) يوضح ذلك.

جدول (15)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية

مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	508	%100

5- مشاهدة قناة الرسالة الفضائية:

استهدفت الدراسة الطلبة الذين يشاهدون قناة الرسالة الفضائية فقط، والجدول (16) يوضح ذلك.

جدول (16)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير مشاهدة قناة الرسالة الفضائية

مشاهدة قناة الرسالة الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	508	%100

6- عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً:

جدول (17)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً

عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	80	%15.7
من ساعة إلى أقل من ساعتين	156	%30.7
من ساعتين إلى أقل من ثلاث	145	%28.5
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع	83	%16.3
أربع ساعات فأكثر	44	%8.7
المجموع	508	%100

يوضح جدول (17) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير "عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً" حيث بلغت أعلى تكرار من ساعة إلى أقل من ساعتين (156) بنسبة مئوية (30.7%) ثم جاء من ساعتين إلى أقل من ثلاث بتكرار (145) بنسبة مئوية (28.5%) وكان أدنى تكرار أربع ساعات فأكثر بتكرار(44) بنسبة (8.7%).

7- عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً:

جدول (18)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً

عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً	التكرار	النسبة المئوية
من ربع ساعة إلى نصف ساعة	105	%20.7
من نصف ساعة إلى ساعة	194	%38.2
من ساعة إلى ساعتين	157	%30.9
أكثر من ساعتين	52	%10.2
المجموع	508	%100

يوضح جدول (18) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً حيث بلغت أعلى تكرار من نصف ساعة إلى ساعة (194) بنسبة مئوية (38.2%) ثم جاء من ساعة إلى ساعتين بتكرار (157) بنسبة مئوية (30.9%) وكان أدنى تكرار أكثر من ساعتين بتكرار(52) بنسبة (10.2%).

8- الفترة المفضلة للمشاهدة هي:

جدول (19)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الفترة المفضلة للمشاهدة هي

الفترة المفضلة للمشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
فترة الفجر والصباح الباكر (من 4 – 7 صباحاً)	57	%11.2
فترة الصباح (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً)	55	%10.8
فترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً– 1 مساء)	32	%6.3
فترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء)	47	%9.3
فترة العصر (من 3 مساء إلى 5 مساء)	108	%21.3
فترة المساء(من 5 مساء إلى 8 مساء)	161	%31.7
فترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء)	216	%42.5
فترة المساء المتأخر (من 11مساء إلى 4 صباحاً)	70	%13.8

يوضح جدول (19) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الفترة المفضلة للمشاهدة حيث بلغت أعلى تكرار فترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء) (216) بنسبة مئوية (42.5%) ثم جاء فترة المساء(من 5 مساء إلى 8 مساء) بتكرار(161) بنسبة مئوية (31.7%) وكان أدنى تكرار فترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً– 1 مساء) بتكرار(32) بنسبة (6.3%).

9- الدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية:

جدول (20)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية

الدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية	التكرار	النسبة المئوية
كسب الحسنات	154	30.3
لمعرفة الفتاوى الشرعية	138	27.2
معرفة التاريخ الإسلامي	73	14.4
التوعية الدينية بشكل عام	362	71.3
استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد	165	32.5

يوضح جدول (20) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية حيث بلغت أعلى تكرار التوعية الدينية بشكل عام (362) بنسبة مئوية (71.3%) ثم جاء كسب الحسنات بتكرار (154) بنسبة مئوية (30.3%) وكان أدنى تكرار معرفة التاريخ الإسلامي بتكرار(73) بنسبة (14.4%).

10- الدوافع الأخرى لمشاهدة القنوات الإسلامية:

جدول (21)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية

الدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية	التكرار	النسبة المئوية
الهداية	4	%0.8
للعبرة	2	%0.4
تقوية الإيمان	3	%0.6
الانتماء بالعلم كله إلى وضع أفضل	3	%0.6
سماع القران	5	%1.0
المعلومات المفيدة	4	%0.8
معرفة أسلوب الدعوة من الدعاة	5	%1.0
تعلم القصص	2	%0.4
لمعرفة الدوافع الإسلامية	1	%0.2
الاستمتاع	2	%0.4
لتحفيز الدوافع الداخلية نحو التعامل بين المسلمين	1	%0.2
المجموع	32	%6.3

يوضح جدول (21) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير الدوافع الأخرى لمشاهدة القنوات الإسلامية حيث بلغت أعلى تكرار لسماع القران الكريم و معرفة أسلوب الدعوة من الدعاة (5) بنسبة مئوية (1.0%) ثم جاء الهداية و المعلومات المفيدة بتكرار (4) بنسبة مئوية (%0.8).

11- نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة:

جدول (22)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة

نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
برامج شاملة ومنوعة	388	%76.4
متخصصة بنوع معين من المواد الإعلامية مثل قنوات القران الكريم	65	%12.8
مسابقات /دردشة / الرسائل القصيرة	41	%8.1
لا إجابة	14	%2.8

المجموع	508	%100

يوضح جدول (22) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة حيث بلغت أعلى تكرار لبرامج شاملة ومنوعة(388) بنسبة مئوية (76.4%) ثم جاء برامج متخصصة بنوع معين من المواد الإعلامية مثل قنوات القران الكريم بتكرار (65) بنسبة مئوية (12.8%) ثم جاء مسابقات ودردشة والرسائل القصيرة بتكرار(41) بنسبة (8.1%).

12- البرامج المفضلة للمشاهدة:

جدول (23)

التكرارات والنسب المئوية لمتغيير البرامج المفضلة للمشاهدة

البرامج المفضلة للمشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
الفتاوى	159	%31.3
الإرشاد والتوعية	233	%45.9
المقابلات	97	%19.1
الندوات والمناقشات	189	%37.2
المسابقات	86	%16.9
الحوارية	98	%19.3
الدراما	77	%15.2
الوثائقية	105	%20.7
البرامج المباشرة	77	%15.2
العلمية	105	%20.7
تلفزيون الواقع	57	%11.2
برامج الأطفال	56	11.0%
البرامج الإنشادية	135	%26.6

يوضح جدول (23) التكرارات والنسب المئوية لمتغيير البرامج المفضلة للمشاهدة حيث بلغت أعلى تكرار لبرامج الإرشاد والتوعية (233)نسبة مئوية (45.9%) ثم جاءت برامج الندوات والمناقشات بتكرار (189) بنسبة مئوية (37.2%) وكان أدنى تكرار لبرامج الأطفال بتكرار(56) بنسبة (11.0%).

السؤال الثاني: ما أبرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها؟

للإجابة على السؤال الثاني تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن أبرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها، والجدول (24) يوضح ذلك.

جدول (24)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة على أبرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضلون مشاهدتها

الرقم	القناة	العدد	النسبة المئوية
1	الرسالة	401	%79
2	اقرأ	342	%67
3	طيور الجنة	290	%57
4	العفاسي	271	%53
5	الفجر	153	%30
6	المجد العامة	170	%33
7	الأقصى	187	%37
8	الهدى	67	%13
9	الناس	241	%47
10	الرحمة	168	%33
11	الحكمة	98	%19
12	الحافظ	45	%8
13	صفا	25	%5
14	مكة	89	%18
15	شباب	126	%25
16	شذا	48	%9
17	راما	87	%17
18	الصوفية	12	%2
19	مواهب وأفكار	22	%4
20	الراية	43	%8
21	كراميش	81	%16

22	طيبة	26	%5
23	نور دبي	47	%9
24	حياتنا	33	%6
25	العالم	13	%2
26	المجد للحديث الشريف	62	%12
27	العفاسي للقرآن الكريم	153	%30
28	المجد للقرآن الكريم	170	%33
29	الجزائر للقرآن الكريم	6	%1
30	الروح	37	%7
31	المنار	79	%15
32	الشارقة	76	%15
33	التلفزيون السعودي	18	%3
34	البدر	19	%4
35	البداية	87	%17
36	الهداية ليبيا	8	%1.5
37	كربلاء	7	%1.3
38	المعارف	4	%0.7
39	التواصل	10	%2
40	هنيبعل الفردوس	13	%2.5
41	ساهور	3	%0.5
42	أهل البيت	5	%0.9
43	الدليل	4	%0.7
44	الفرقان	15	%3
45	السادسة	5	%0.9
46	المنهل	5	%0.9
47	بغداد	8	%1.5
48	الرافدين	10	%2
49	أعمال	5	%0.9
50	المستقلة	20	%4
51	الأنوار	30	%6
52	سنا	17	%3.3
53	هادي	7	%1.3
54	طفلي الحبيب	8	%1.5

%1.6	82	القدس	55
%11.4	58	صدى الإسلام	56
%1.3	7	سهيل	57
%10.8	55	مشكاة	58
%11	56	البداية	59
%13	66	مكة	60

يظهر من الجدول (24) أن أبرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها هي قناة "الرسالة" بنسبة مئوية بلغت (79%)، ثم جاءت قناة "اقرأ" بنسبة مئوية بلغت (67%)، بينما كانت أدنى مشاهدة قناة "ساهور" بنسبة مئوية (0.5%).

أما القنوات الأخرى التي تم ذكرها وغير موجودة بالقائمة السابقة فكانت كما في الجدول (25)

جدول (25)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة على القنوات التي لم يرد ذكرها في القائمة السابقة

النسبة المئوية	العدد	القناة	الرقم
%0.4	2	الخليجية	2
%0.6	3	قناة الأزهري	3
%0.2	1	الروح	4
%0.6	3	الجزيرة	5
%0.4	2	Mbc	6
%0.2	1	المجد الوثائقية	7

السؤال الثالث: ما الفضائيات التي لا يعتبرها الطلبة قنوات إسلامية؟

للإجابة على السؤال الثالث تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الفضائيات التي يَعُدَّها الطلبة قنوات إسلامية، جدول (26) يوضح ذلك.

جدول (26)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفضائيات التي لا يَعُدَّها الطلبة قنوات إسلامية

الرقــم	القنــاة	العــدد	النسبة المئوية
1	الرسالة	10	%2
2	اقرأ	8	%1.5
3	طيور الجنة	43	%8
4	العفاسي	6	%1
5	الفجر	–	–
6	المجد العامة	6	%1
7	الأقصى	14	%3
8	الهدى	4	%0.7
9	الناس	8	%1.5
10	الرحمة	–	–
11	الحكمة	3	%0.6
12	الحافظ	–	–
13	صفا	7	%1.3
14	مكة	3	%0.6
15	شباب	62	%12
16	شذا	21	%4
17	راما	25	%4.9
18	الصوفية	68	%13
19	مواهب وأفكار	45	%8.8
20	الراية	19	%3.7
21	كراميش	86	%16.9
22	طيبة	7	%1.3
23	نور دبي	53	%10

24	حياتنا	19	%3.7
25	العالم	66	%12.9
26	المجد للحديث الشريف	___	–
27	العفاسي للقرآن الكريم	2	%0.4
28	المجد للقرآن الكريم	___	–
29	الجزائر للقرآن الكريم	–	–
30	الروح	7	%1.3
31	المنار	93	%18
32	الشارقة	49	%9.6
33	التلفزيون السعودي	63	%12.4
34	البدر	13	%2.5
35	البداية	10	%2
36	الهداية ليبيا	11	%2
37	كربلاء	128	%25
38	المعارف	19	%3.7
39	التواصل	8	%1.5
40	هنيبعل الفردوس	19	%3.7
41	ساهور	36	%7
42	أهل البيت	21	%4
43	الدليل	15	%2.9
44	الفرقان	4	%0.7
45	السادسة	31	%6
46	المنهل	8	%1.5
47	بغداد	65	%12.7
48	الرافدين	72	%14
49	أعمال	33	%6
50	المستقلة	59	%11.6
51	الأنوار	33	%6
52	سنا	23	%4.5
53	هادي	10	%2
54	طفلي الحبيب	20	%4
55	القدس	24	%4.7
56	صدى الإسلام	4	%0.7

%2	10	سهيل	57
%1	6	مشكاة	58
%0.4	2	البداية	59
–	–	مكة	60

يظهر من جدول (26) أن أبرز الفضائيات التي لا يَعُدَّها الطلبة قنوات إسلامية هي قناة "كربلاء" بنسبة مئوية (25%)، ثم جاءت قناة "المنار" بنسبة مئوية (18%)، بينما أقل الفضائيات التي يَعُدَّها الطلبة قنوات إسلامية هي قناة "الفجر"، "الرحمة"، "الحافظ"، " المجد للقرآن الكريم" ، " المجد للحديث الشريف" ، "الجزائر للقرآن الكريم"، "مكة" حيث لم يرد عليهما أي تكرار ، لـــذا فهي تَعُدَّ قنوات إسلامية في ضوء إجابات أفراد عينة الدراسة.

السؤال الرابع: إلى أي مدى تطرح الفضائيات الإسلامية المختلفة مشاكل طلبة الجامعات الأردنية وهمومهم ؟

للإجابة على السؤال الرابع تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجالات تقييم القنوات الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية، والجداول (27-30) توضح ذلك.

جدول (27)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم القنوات الإسلامية بشكل عام

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	القنوات الإسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن	4.74	0.502	1	عالية
2	تحظى القنوات الإسلامية بإعجاب المشاهدين	3.89	0.76	6	عالية
3	تتوجه القنوات الإسلامية بخطابها وبرامجها لكل شرائح المجتمع	4.003	0.99	4	عالية
4	تقدم القنوات الإسلامية بديلاً عن دروس المساجد والمراكز الإسلامية	3.61	1.21	8	متوسطة
5	تطورت البرامج الإسلامية بشكلها ومضمونها عما كانت عليه في السنوات السابقة	4.32	0.85	3	عالية
6	أتوقع مستقبلاً ايجابياً للقنوات الإسلامية يجعلها تحتل المراتب الأولى بين القنوات العربية المشاهدة	3.98	1.009	5	عالية
7	في حال حذف القنوات غير الإسلامية من قائمة القنوات، فإن القنوات الإسلامية بمفردها تلبي رغبتي	3.52	1.25	9	متوسطة
8	المشاهدة الجماعية البيتية تعطي الأسرة أماناً على أبنائها	4.51	0.76	2	عالية
9	اسماء القنوات الإسلامية يعبر عن محتواها	3.66	1.08	7	متوسطة
	المجموع	4.03	0.51		عالية

يظهر من الجدول (27) أن المتوسطات الحسابية لفقرات تقييم القنوات الإسلامية بشكل عام تراوحت بين (4.74- 3.52) كان أبرزها للفقرة رقم (1) وتنص على "القنوات الإسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن"، وهي تعبر عن درجة عالية، ثم جاءت الفقرة رقم (8) التي

تنص على "المشاهدة الجماعية البيتية تعطي الأسرة أماناً على أبنائها "، بمتوسط حسابي (4.5) وهي تعبر عن درجة عالية.

أما أدنى المتوسطات الحسابية فكانت للفقرة رقم (7) التي تنص على "في حـال حـذف القنوات غير الإسلامية من قائمة القنوات، فإن القنوات الإسلامية بمفردها تلبي رغبتي". وبلـغ المتوسط الحسابي الكلي (4.0287) وهذا يظهر قيمة عالية.

جدول (28)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم قناة الرسالة من ناحية المضمون

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
10	اختيار قناة "الرسالة" لهذا الاسم موفقاً	4.3524	0.75359	1	عالية
11	أفضل قناة "الرسالة" على غيرها من القنوات الإسلامية	3.5492	1.65087	12	متوسطة
12	تستضيف قناة الرسالة دعاة متميزين من كل الدول العربية والإسلامية	4.1299	0.80852	4	عالية
13	تقدم قناة الرسالة برامج تلائم جميع اتجاهات المسلمين ومذاهبهم	3.9882	1.22267	8	عالية
14	أثق بقناة الرسالة ومضمونها	4.0236	0.93340	6	عالية
15	وجود برامج لعلماء ودعاة بارزين في قناة الرسالة دليل علـى سـلامة منهجها	4.0866	0.81672	5	عالية
16	غيرت قناة الرسالة من سلوكي بشكل إيجابي وملحوظ وجعلتنـي أكثـر التزاماً	3.6791	0.66178	11	عالية
17	أحض الناس على متابعة قناة الرسالة	3.9350	0.67560	9	عالية
18	عدم وجود نشرات إخبارية ضمن بث قناة الرسالة عمل إيجابي	3.4606	1.17687	13	عالية
19	برامج قناة الرسالة موجهة للنخب	3.3720	0.66771	14	متوسطة
20	تبث قناة الرسالة مواد وبرامج شاملة متنوعة	4.0177	0.86897	7	عالية
21	امتلاك صاحب قناة الرسالة لشبكة روتانا بمختلف قنواتها يُعَـدُّ تناقـضاً ومأخذاً عليها	3.8681	1.216339	10	عالية
22	إدارة قناة الرسالة من قبل داعية إسلامي يعطيها مصداقية	4.1555	0.93656	3	عالية
23	ساهمت قناة الرسالة في نشر الأخلاق الحميدة بمختلف جوانبها	4.1673	0.79790	2	عالية
	المجموع	3.9132	0.55830		عالية

يظهر من الجدول (28) أن المتوسطات الحسابية لفقرات تقييم قناة الرسالة من ناحية المضمون تراوحت بين (4.3524-3.3720) كان أبرزها للفقرة رقم (10) وتنص على اختيار قناة "الرسالة لهذا الاسم يُعَدُّ موفقاً"، بمتوسط حسابي (4.3524) وهي تعبر عن درجة عالية، ثم جاءت الفقرة رقم (23) التي تنص على "ساهمت قناة الرسالة في نشر الأخلاق الحميدة بمختلف جوانبها"، بمتوسط حسابي (4.1673) وهي تعبر عن درجة عالية.

أما أدنى المتوسطات الحسابية فكانت للفقرة رقم (19) التي تنص على "برامج قناة الرسالة موجهة للنخب"، بمتوسط حسابي (3.3720.) وبلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.9132) وهذا يظهر قيمة عالية.

جدول(29)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم قناة الرسالة من ناحية الشكل

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
24	لغة مقدمي البرامج في قناة الرسالة مفهومة وواضحة	4.2953	0.68760	1	عالية
25	يحفزني وجود مقدم شاب لمتابعة الدروس الدينية الخاصة به أكثر من غيره	3.9173	1.07006	5	عالية
26	أفضل مشاهدة مقدمي البرامج الدينية بلباس عصري حديث	3.5374	1.14810	12	متوسطة
27	أفضل مشاهدة مقدمي البرامج الدينية ملتحين	3.6240	1.01971	11	متوسطة
28	لا مانع من استضافة داعيات يقدمن الدروس الدينية على قناة الرسالة	3.6358	1.23846	10	متوسطة
29	ملابس مقدمي قناة الرسالة يعبر عن الأنموذج الصحيح للباس الإسلامي	3.6693	1.03245	9	عالية
30	تتسم البرامج الشبابية في قناة الرسالة بالإبداع	3.9744	0.85504	3	عالية
31	البرامج التي تقدمها قناة الرسالة تجذب اهتمامي	3.9862	1.20396	2	عالية
32	قناة الرسالة متجددة بشكل دوري	3.8504	0.87777	7	عالية
33	أجد أن قناة الرسالة تتميز بالإبداع من ناحية الإخراج والشكل الفني	3.9331	0.88793	4	عالية
34	هناك فرق بين برامج قناة الرسالة من ناحية الشكل الفني والتقني والأفكار وبين غيرها من القنوات الإسلامية الأخرى كون قناة الرسالة حاصلة على شهادة الأيزو	3.6890	0.97792	8	عالية
35	تهتم قناة الرسالة كثيراً بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها	3.8839	0.93386	6	عالية

36	وجود الموسيقي المرافقة لبرامج قناة الرسالة ولأناشيدها يشد انتباهي أكثر	3.5276	1.28611	13	متوسطة
المجموع		3.8095	0.54717		عالية

يظهر من الجدول (29) أن المتوسطات الحسابية لفقرات تقييم قناة الرسالة من ناحية **الشكل** تراوحت بين (3.5276-4.2953) كان أبرزها للفقرة رقم (24) وتنص على "لغة مقدمي البرامج في قناة الرسالة مفهومة وواضحة"، وهي تعبر عن درجة متوسطة، ثم جاءت الفقرة رقم (31) التي تنص على "البرامج التي تقدمها قناة الرسالة تجذب اهتمامي"، بمتوسط حسابي (3.9862) وهي تعبر عن درجة عالية.

أما أدنى المتوسطات الحسابية فكانت للفقرة رقم (36) التي تنص على "وجود الموسيقي المرافقة لبرامج قناة الرسالة ولأناشيدها يشد انتباهي أكثر"، بمتوسط حسابي (3.5276.) وبلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.8095) وهذا يظهر قيمة عالية.

جدول(30)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم قناة الرسالة من ناحية التفاعل

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
37	أجد الهدف الأول من الخدمات الدينية المقدمة عبر اشتراكات الموبايل لخدمات تحميل مواد دينية هو دعوي وليس تجارياً	3.4409	1.23973	6	متوسطة
38	أشارك بإرسال رسائل نصية قصيرة sms عبر قناة الرسالة	2.7953	1.24091	7	متوسطة
39	الإعلانات التجارية في قناة الرسالة تخضع للضوابط الشرعية	3.5197	1.03089	5	متوسطة
40	أجد المتعة والترفيه في قناة الرسالة	3.8543	0.90932	2	عالية
41	أجد مساحة التفاعل بين المشاهدين وبرامج قناة الرسالة إيجابية	3.9567	0.89822	1	عالية
42	تحرص قناة الرسالة على المشاركة في الاحتفالات الجماهيرية الإسلامية	3.8150	0.94484	3	عالية
43	تسلط قناة الرسالة الضوء على الأحداث الساخنة	3.7343	1.076112	4	عالية
المجموع		3.5880	0.68539		عالية

يظهر من الجدول (30) أن المتوسطات الحسابية لفقرات تقييم قناة الرسالة من ناحية الشكل تراوحت بين (3.9567−2.7953) كان أبرزها للفقرة رقم (41) وتنص على"أجد مساحة التفاعل بين المشاهدين وبرامج قناة الرسالة إيجابية" بمتوسط حسابي(3.9567)، وهي تعبر عن درجة عالية، ثم جاءت الفقرة رقم (40) التي تنص على "أجد المتعة والترفيه في قناة الرسالة"، بمتوسط حسابي (3.8543) وهي تعبر عن درجة عالية.

أما أدنى المتوسطات الحسابية فكانت للفقرة رقم (38) التي تنص على "أشارك بإرسال رسائل نصية قصيرة sms عبر قناة الرسالة"، بمتوسط حسابي (2.7953) وبلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.5880) وهذا يظهر قيمة عالية.

السؤال الخامس: هل توجد فروق في عادات المشاهدة وأنماطها عند طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية تحديداً تعزى لخصائصهم الديمغرافية؟

للإجابة على هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات جميع أفراد عينة الدراسة وحساب قيمة (ch^2) للفروق بين الإجابات التعرف على الاختلافات في أنماط مشاهدة التلفاز والقنوات الفضائية الإسلامية، وفيما يأتي عرض النتائج:

أولاً: متغيير الجنس:

من أجل التعرف على الاختلافات في أنماط مشاهدة التلفاز والقنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس, تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات جميع أفراد عينة الدراسة وحساب قيمة (ch^2) للفروق بين الإجابات، وفيما يأتي عرض النتائج:

1. متغيير الجنس مع متغيير مشاهدة التلفاز:

جدول (31)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	مشاهدة التلفاز		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	229	45.1	4.921	0.027
إناث	279	54.9		
المجموع	508	100		

يلاحظ من الجدول (31) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس ولصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (54.9)، وبلغت قيمة ch^2 (4.921) بدلالة إحصائية(0.027).

2. متغيير الجنس مع متغيير مشاهدة القنوات الفضائية:

جدول (32)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة القنوات الفضائية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	مشاهدة القنوات الفضائية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	229	45.1	4.921	0.027
إناث	279	54.9		
المجموع	508	100		

نلاحظ من الجدول (32) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة القنوات الفضائية تبعاً لمتغيير الجنس ولصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (54.9)، وكانت قيمة ch^2 (4.921) بدلالة إحصائية(0.027).

3. متغيير الجنس مع متغيير مكان مشاهدة التلفاز:

جدول(33)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمكان مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الإجابة	ذكور		إناث		Ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%		
المنزل	225	44.3	275	54.1	0.753	0.861
النوادي	2	0.4	1	0.2		

		0.4	2	0.2	1	لدى الأقارب والجيران
		0.2	1	0.2	1	لدى الأصدقاء
		–	–	–	–	المقاهي
		54.9	279	45.1	229	المجموع

يلاحظ من الجدول (33) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمكان مشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث للمشاهدة في المنزل بنسبة مئوية بلغت (54.1)، وبلغت قيمة ch^2 (0.753) بدلالة إحصائية(0.861).

4. متغيير الجنس مع متغيير مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية:

جدول(34)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	229	45.1	4.921	0.027
إناث	279	54.9		
المجموع	508	100		

يلاحظ من الجدول (34) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية لمتغيير الجنس ولصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (54.9)، وبلغت قيمة ch^2 (4.921) بدلالة إحصائية(0.027).

5. متغيير الجنس مع متغيير مشاهدة قناة الرسالة الفضائية:

جدول(35)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة قناة الرسالة الفضائية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	مشاهدة قناة الرسالة الفضائية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	229	45.1	4.921	0.027

		54.9	279	إناث
		100	508	المجموع

نلاحظ من الجدول (35) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة قناة الرسالة الفضائية لمتغيير الجنس ولصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (54.9)، وبلغت قيمة ch^2 (4.921) بدلالة إحصائية (0.027).

6. متغيير الجنس مع متغيير عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً:

جدول(36)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لعدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً تبعاً لمتغيير الجنس

الإجابة	ذكور		إناث		Ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%		
أقل من ساعة	44	8.7	36	7.1	8.014	0.091
من ساعة إلى أقل من ساعتين	73	14.4	83	16.3		
من ساعتين إلى أقل من ثلاث	53	10.4	92	18.1		
من ثلاث إلى أقل من أربع	40	7.9	43	8.5		
أربع ساعات وأكثر	19	3.7	25	4.9		
المجموع	229	45.1	279	54.9		

نلاحظ من الجدول (36) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة التلفاز من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة مئوية بلغت(18.8)، وبلغت قيمة ch^2 (8.014) بدلالة إحصائية(0.091).

7. متغيير الجنس مع متغيير عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً:

جدول(37)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لعدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً تبعاً لمتغيير الجنس

الإجابة	ذكور		إناث		Ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%		
من ربع ساعة إلى نصف ساعة	59	11.6	46	9.1	14.55	0.002
من نصف ساعة إلى ساعة	91	17.9	103	20.3		

من ساعة إلى ساعتين	66	13	91	17.9		
أكثر من ساعتين	13	2.6	39	7.7		
المجموع	229	45.1	279	54.9		

يلاحظ من الجدول (37) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة القنوات الإسلامية من نصف ساعة إلى ساعة بنسبة مئوية بلغت (20.3)، وكانت قيمة ch^2 (14.55) بدلالة إحصائية(0.002).

8. متغيير الجنس مع متغيير الفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز:

أ. فترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً):

جدول(38)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة الفجر والصباح الباكر		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	38	66.7	6.33	0.012
إناث	19	33.3		
المجموع	57	100		

يلاحظ من الجدول (38) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد للفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الذكور في فترة الفجر والصباح الباكر(من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً) بنسبة مئوية بلغت (66.7) وبلغت قيمة ch^2 (6.33) بدلالة إحصائية(0.012).

ب. فترة الصباح (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً)

جدول(39)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الصباح (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة الصباح		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	21	38.2	3.073	0.08
إناث	34	61.8		
المجموع	55	100		

يلاحظ من الجدول(38) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد الفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في فترة الصباح(من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً) بنسبة مئوية بلغت (61.8) وبلغت قيمة ch^2 (3.073) بدلالة إحصائية(0.012).

ج. فترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى 1 مساء)

جدول (40)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى 1 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة الظهيرة الأولى		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	13	40.6	1.125	0.289
إناث	19	59.4		
المجموع	32	100		

يلاحظ من الجدول (40) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد الفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في الظهيرة الأولى

(من 10 صباحاً إلى 1 مساء) بنسبة مئوية بلغت (59.4)وبلغت قيمة ch^2 (1.125) بدلالة إحصائية(0.289)

د. فترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء)

جدول (41)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة الظهيرة الثانية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	28	59.6	1.723	0.189
إناث	19	40.4		
المجموع	47	100		

يلاحظ من الجدول (41) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد للفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الذكور في فترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء) بنسبة مئوية بلغت (59.6) وبلغت قيمة ch^2 (1.723) بدلالة إحصائية(0.189)

هـ. فترة العصر (من 3 مساء إلى 5 مساء)

جدول (42)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة العصر (من 3 مساء إلى 5 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة العصر		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	34	31.5	14.815	0.000
إناث	74	68.5		
المجموع	108	100		

يلاحظ من الجدول(42) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد الفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في فترة العصر

(من 3 مساء إلى 5 مساء) بنسبة مئوية بلغت (68.5) وبلغت قيمة ch^2 (14.815) بدلالة إحصائية(0.00)

و. فترة المساء (من 5 مساء إلى 8 مساء)

جدول(43)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة المساء (من 5 مساء إلى 8 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة المساء		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	60	37.3	10.44	0.001
إناث	101	62.7		
المجموع	161	100		

يلاحظ من الجدول(43) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في فترة المساء (من 5 مساء إلى 8 مساء) بنسبة مئوية بلغت (62.7) وبلغت قيمة ch^2 (10.44) بدلالة إحصائية(0.001)

ز. فترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء)

جدول(44)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة السهرة		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	90	41.7	6.00	0.014
إناث	126	58.3		
المجموع	216	100		

يلاحظ من الجدول(44) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في فترة السهرة (من 8

مساء إلى 11 مساء) بنسبة مئوية بلغت (58.3) وبلغت قيمة ch^2 (6.00) بدلالة إحصائية(0.014).

ح. فترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى 4 صباحاً)

جدول(45)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى 4 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	فترة المساء المتأخر		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	46	65.7	6.914	0.009
إناث	24	34.3		
المجموع	70	100		

يلاحظ من الجدول(44) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الذكور في فترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى 4 صباحاً) بنسبة مئوية بلغت (65.7) وبلغت قيمة ch^2 (6.914) بدلالة إحصائية(0.009)

9. متغيير الجنس مع متغيير الدافع لمشاهدة القنوات الإسلامية.

أ. متغيير الجنس مع دافع كسب الحسنات من مشاهدة القنوات الإسلامية:

جدول(46)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع كسب الحسنات من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	كسب الحسنات		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	75	48.7	0.104	0.747
إناث	79	51.3		
المجموع	154	100		

يلاحظ من الجدول(46) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدافع كسب الحسنات من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير الجنس ولصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (51.3)، وبلغت قيمة ch^2 (0.104) بدلالة إحصائية(0.747).

ب. دافع معرفة الفتاوى الشرعية من مشاهدة القنوات الإسلامية.

جدول(47)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع معرفة الفتاوى الشرعية من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	معرفة الفتاوى الشرعية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	67	48.6	0.116	0.733
إناث	71	51.4		
المجموع	138	100		

يلاحظ من الجدول(46) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدافع معرفة الفتاوى الشرعية من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير الجنس ولصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (51.4)، وبلغت قيمة ch^2 (0.116) بدلالة إحصائية(0.733).

ج. دافع معرفة التاريخ الإسلامي من مشاهدة القنوات الإسلامية.

جدول(48)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع معرفة التاريخ الإسلامي من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	معرفة التاريخ الإسلامي		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	51	69.9	11.521	0.001
إناث	22	30.1		
المجموع	73	100		

يلاحظ من الجدول(48) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عنـــد مـــستوى الدلالـــة (0.05) لدافع معرفة الفتاوى الشرعية من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير الجنس ولـــصالح الذكور بنسبة مئوية بلغت (69.9)، وبلغت قيمة ch^2 (11.521) بدلالة إحصائية(0.001).

د. دافع التوعية الدينية بشكل عام من مشاهدة القنوات الإسلامية.

جدول(49)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع التوعية الدينية بشكل عام من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	التوعية الدينية بشكل عام		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	167	46.1	2.166	0.141
إناث	195	53.9		
المجموع	362	100		

يلاحظ من الجدول(49) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عنـــد مـــستوى الدلالـــة (0.05) لدافع التوعية الدينية بشكل عام من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير الجنس ولـــصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (69.9)، وبلغت قيمة ch^2 (2.166) بدلالة إحصائية(0.141).

هـــ. دافع استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد من مشاهدة القنوات الإسلامية.

جدول(50)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	60	36.4	12.273	0.000
إناث	105	63.6		

		100	165	المجموع

يلاحظ من الجدول(50) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عنـد مـستوى الدلالـة (0.05) لدافع استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير الجنس ولـصالح الإنـاث بنـسبة مئويـة بلغـت (63.6)، وبلغـت قيمـة ch^2 (12.273) بدلالـة إحصائية(0.000).

و. دوافع أخرى من مشاهدة القنوات الإسلامية.

جدول(51)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدوافع أخرى من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير الجنس

الإجابة	ذكور		إناث		Ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%		
للهداية	1	3.1	3	9.4	16.0	0.1
للعبرة	2	6.3	0	0		
التقوية الإيمانية	0	0	3	9.4		
الانتماء بالعلم كله إلى وضع أفضل	3	9.4	0	0		
لسماع القرآن	1	3.1	4	12.5		
المعلومات المفيدة	0	0	4	12.5		
معرفة أسلوب الدعوة من الدعاة	2	6.3	3	9.4		
تعلم القصص	1	3.1	1	3.1		
لمعرفة الدوافع الإسلامية	1	3.1	0	0		
الاستمتاع	1	3.1	1	3.1		
لتحفيز الدافع الداخلي نحو التعامل بين المسلمين	0	0	1	3.1		
المجموع	12		20			

يلاحظ من الجدول(51) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عنـد مـستوى الدلالـة (0.05) لدافع سماع القرآن والحصول على معلومات مفيدة من مـشاهدة القنـوات الإسـلامية لمتغيير الجنس ولصالح الإناث بنسبة مئوية بلغت (12.5)، وبلغت قيمـة ch^2 (16.0) بدلالـة إحصائية(0.1).

10. متغيير الجنس مع نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك.

جدول(52)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك تبعاً لمتغيير الجنس

الإجابة	ذكور		إناث		Ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%		
الشاملة	174	35.2	214	43.3	10.77	0.005
المتخصصة	37	7.5	28	5.7		
التفاعلية	10	2	31	6.3		
المجموع	221	44.7	273	55.3		

يلاحظ من الجدول(52) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لنوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية الشاملة بنسبة مئوية بلغت (43.3)، وبلغت قيمة ch^2 (10.77) بدلالة إحصائية(0.005).

11. الجنس مع متغيير البرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز.

أ. مشاهدة برامج الفتاوى:

جدول(53)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج الفتاوى تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	الفتاوى		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	70	44	2.27	0.132
إناث	89	56		
المجموع	159	100		

يلاحظ من الجدول(53) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج الفتاوى بنسبة مئوية بلغت (56)، وبلغت قيمة ch^2 (2.27) بدلالة إحصائية(0.132).

ب. مشاهدة برامج الإرشاد والتوعية

جدول(54)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج الإرشاد والتوعية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	برامج الإرشاد والتوعية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	100	42.9	4.674	0.031
إناث	133	57.1		
المجموع	233	100		

يلاحظ من الجدول(54) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج الإرشاد والتوعية بنسبة مئوية بلغت (57.1)، وبلغت قيمة ch^2 (4.674) بدلالة إحصائية(0.031).

ج. مشاهدة برامج المقابلات

جدول(55)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج المقابلات تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	برامج المقابلات		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	42	43.3	1.742	0.187
إناث	55	56.7		
المجموع	97	100		

يلاحظ من الجدول(55) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج المقابلات بنسبة مئوية بلغت (56.7)، وبلغت قيمة ch^2 (1.742) بدلالة إحصائية(0.187).

د. مشاهدة برامج الندوات والمناقشات

جدول(56)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج الندوات والمناقشات تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	برامج الندوات والمناقشات	قيمة ch2	الدلالة الإحصائية

		%	التكرار	
0.275	1.19	46	87	ذكور
		54	102	إناث
		100	189	المجموع

يلاحظ من الجدول(56) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج الندوات والمناقشات بنسبة مئوية بلغت (54%)، وبلغت قيمة ch^2 (1.19) بدلالة إحصائية(0.275).

هـ. مشاهدة برامج المسابقات

جدول(57)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج المسابقات تبعاً لمتغيير الجنس

الدلالة الإحصائية	قيمة ch2	برامج المسابقات		الجنس
		%	التكرار	
0.196	1.674	43	37	ذكور
		57	49	إناث
		100	86	المجموع

يلاحظ من الجدول(57) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج المسابقات بنسبة مئوية بلغت (57%)، وبلغت قيمة ch^2 (1.674) بدلالة إحصائية(0.196).

و. مشاهدة البرامج الحوارية

جدول(58)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة البرامج الحوارية تبعاً لمتغيير الجنس

الدلالة الإحصائية	قيمة ch2	البرامج الحوارية		الجنس
		%	التكرار	
0.312	1.02	55.1	54	ذكور
		44.9	44	إناث
		100	98	المجموع

يلاحظ من الجدول(58) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عنـد مـستوى الدلالـة (0.05) لبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الذكور في مشاهدة برامج الحوارية بنسبة مئوية بلغت (55.1%)، وبلغت قيمة ch^2 (1.02) بدلالة إحصائية(0.312).

ز. مشاهدة برامج الدراما

جدول(59)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج الدراما تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	الدراما		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	31	40.3	2.92	0.087
إناث	46	59.7		
المجموع	77	100		

يلاحظ من الجدول(59) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عنـد مـستوى الدلالـة (0.05) لبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج الدراما بنسبة مئوية بلغت (59.7%)، وبلغت قيمة ch^2 (2.92) بدلالة إحصائية(0.087).

ح. مشاهدة البرامج الوثائقية

جدول(60)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة البرامج الوثائقية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	البرامج الوثائقية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	57	54.3	0.77	0.38
إناث	48	45.7		
المجموع	105	100		

يلاحظ من الجدول(60) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عنـد مـستوى الدلالـة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الـذكور فـي مـشاهدة

البرامج الوثائقية بنسبة مئوية بلغت (54.3%)، وبلغت قيمة ch^2 (0.77) بدلالة إحصائية(0.38).

ط. مشاهدة البرامج المباشرة

جدول(61)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة البرامج المباشرة تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	البرامج المباشرة		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	32	41.6	2.195	0.138
إناث	45	58.4		
المجموع	77	100		

يلاحظ من الجدول(61) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة البرامج المباشرة بنسبة مئوية بلغت (58.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (2.195) بدلالة إحصائية(0.138).

ي. مشاهدة البرامج العلمية

جدول(62)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة البرامج العلمية تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	البرامج العلمية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	56	53.3	0.467	0.495
إناث	49	46.7		
المجموع	105	100		

يلاحظ من الجدول(62) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الذكور في مشاهدة البرامج العلمية بنسبة مئوية بلغت (56%)، وبلغت قيمة ch^2 (0.467) بدلالة إحصائية(0.495).

ك. مشاهدة برامج تلفزيون الواقع

جدول(63)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج تلفزيون الواقع تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	برامج تلفزيون الواقع		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	22	38.6	2.965	0.085
إناث	35	61.4		
المجموع	57	100		

يلاحظ من الجدول(63) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج تلفزيون الواقع بنسبة مئوية بلغت (61.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (2.965) بدلالة إحصائية(0.085).

ل. مشاهدة برامج الأطفال

جدول(64)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة برامج الأطفال تبعاً لمتغيير الجنس

الجنس	برامج الأطفال		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
ذكور	16	28.6	10.28	0.001
إناث	40	71.4		

		100	56	المجموع

يلاحظ من الجدول(64) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة برامج الأطفال بنسبة مئوية بلغت (71.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (10.28) بدلالة إحصائية(0.001).

م. مشاهدة البرامج الإنشادية

جدول(65)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة البرامج العلمية تبعاً لمتغيير الجنس

الدلالة الإحصائية	قيمة ch2	البرامج العلمية		الجنس
		%	التكرار	
0.00	17.785	31.9	43	ذكور
		68.1	92	إناث
		100	135	المجموع

يلاحظ من الجدول(65) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة في التلفاز لمتغيير الجنس ولصالح الإناث في مشاهدة البرامج الإنشادية بنسبة مئوية بلغت (68.1%)، وبلغت قيمة ch^2 (17.785) بدلالة إحصائية(0.00).

ثانياً: متغيير الدخل الشهري:

من أجل التعرف على الاختلافات في أنماط مشاهدة التلفاز والقنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير الدخل الشهري تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات جميع أفراد عينة الدراسة وحساب قيمة (ch^2) للفروق بين الإجابات، وفيما يأتي عرض النتائج:

1. متغيير مستوى الدخل الشهري مع متغيير مشاهدة التلفاز:

جدول(66)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	مشاهدة التلفاز		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	175	34.4	142.7	0.00
449-300	151	29.7		
599-450	68	13.4		
749-600	29	5.7		
750 وأكثر	85	16.7		
المجموع	508	100		

يلاحظ من الجدول(66) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (34.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (142.7) بدلالة إحصائية(0.00).

2. متغيير مستوى الدخل مع متغيير مشاهدة القنوات الفضائية

جدول(67)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة القنوات الفضائية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	مشاهدة القنوات الفضائية		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	175	34.4	142.7	0.00
449-300	151	29.7		
599-450	68	13.4		
749-600	29	5.7		
750 وأكثر	85	16.7		
المجموع	508	100		

يلاحظ من الجدول(67) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة القنوات الفضائية لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (34.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (142.7) بدلالة إحصائية(0.00).

3. متغيير مستوى الدخل مع متغيير مكان مشاهدة التلفاز

جدول(68)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمكان مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الإجابة / مستوى الدخل	المنزل		النوادي		لدى الجيران والأقارب		لدى الأصدقاء		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
أقل من 300	171	33.7	1	0.2	3	0.6	0	0	12.904	0.376
449-300	149	29.3	2	0.4	0	0	0	0		
599-450	67	13.2	0	0	0	0	1	0.2		
749-600	29	5.7	0	0	0	0	0	0		
750 وأكثر	84	16.5	0	0	0	0	1	0.2		
المجموع	500	98.4	3	0.6	3	0.6	2	0.4		

يلاحظ من الجدول(68) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمكان مشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في المنزل وبلغت (33.7%)، وبلغت قيمة ch^2 (12.904) بدلالة إحصائية(0.376).

4. متغيير مستوى الدخل مع متغيير مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية

جدول(69)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	175	34.4	142.7	0.00
449-300	151	29.7		
599-450	68	13.4		
749-600	29	5.7		
750 وأكثر	85	16.7		
المجموع	508	100		

يلاحظ من الجدول(69) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية لمتغيير مستوى الدخل وكانت أعلى نسبة مئوية

لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (34.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (142.7) بدلالة إحصائية(0.00).

5. متغيير مستوى الدخل مع متغيير مشاهدة قناة الرسالة الفضائية

جدول(70)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لمشاهدة قناة الرسالة الفضائية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	مشاهدة قناة الرسالة الفضائية		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	175	34.4	142.7	0.00
449-300	151	29.7		
599-450	68	13.4		
749-600	29	5.7		
750 وأكثر	85	16.7		
المجموع	508	100		

يلاحظ من الجدول(69) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لمشاهدة قناة الرسالة الفضائية لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (34.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (142.7) بدلالة إحصائية(0.00).

6. متغيير مستوى الدخل مع متغيير عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً

جدول(71)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لعدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الإجابة	أقل من ساعة	من ساعة إلى	من ساعتين إلى	من ثلاث	أربع ساعات	قيمة ch2	الدلالة الإحصائية

مستوى الدخل			أقل من ساعتين		أقل من ثلاث		ساعات فأكثر		وأكثر			
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
أقل من 300	20	3.9	56	11	51	10	32	6.3	16	3.1	16.22	0.437
449-300	25	4.9	45	8.9	42	8.3	28	5.5	11	2.2		
599-450	12	2.4	14	2.8	24	4.7	9	1.8	9	1.8		
749-600	4	0.8	12	2.4	7	1.4	5	1	1	0.2		
750 وأكثر	19	3.7	29	5.7	21	4.1	9	1.8	7	1.4		
المجموع	80	15.7	156	30.7	145	28.5	83	16.3	44	8.7		

7. متغيير مستوى الدخل مع متغيير عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً

جدول(72)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لعدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الإجابة / مستوى الدخل	من ربع ساعة إلى نصف ساعة		من نصف ساعة إلى ساعة		من ساعة إلى ساعتين		أكثر من ساعتين		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
أقل من 300	25	4.9	66	13	63	12.4	21	4.1	17.69	0.125
449-300	30	5.9	59	11.6	45	8.9	17	3.3		
599-450	16	3.1	23	4.5	22	4.3	7	1.4		
749-600	6	1.2	13	2.6	9	1.8	1	0.2		
750 وأكثر	28	5.5	33	6.5	18	3.5	6	1.2		
المجموع	105	20.7	194	38.2	157	30.9	52	10.2		

يلاحظ من الجدول(72) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لعدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة التلفاز من ساعة إلى أقل من ساعتين وبلغت (12.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (17.69) بدلالة إحصائية(0.125).

8. متغيير مستوى الدخل مع متغيير الفترة المفضلة لمشاهدة التلفاز

أ. فترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً).

جدول(73)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة الفجر والصباح الباكر		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	23	40.4	17.298	0.002
449-300	13	22.8		
599-450	8	14		
749-600	6	10.5		
750 وأكثر	7	12.3		
المجموع	57	100		

يلاحظ من الجدول(73) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (40.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (17.298) بدلالة إحصائية(0.002).

ب. فترة الصباح الباكر (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً)

جدول(74)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الصباح الباكر (من7 صباحاً إلى10 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة الصباح الباكر		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	24	43.6	33.45	0.000
449-300	18	32.7		
599-450	6	10.9		
749-600	1	1.8		
750 وأكثر	6	10.9		
المجموع	55	100		

يلاحظ من الجدول(74) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة الصباح الباكر (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير

مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (43.6%)، وبلغت قيمة ch^2 (33.45) بدلالة إحصائية(0.00).

ج. فترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى 1 مساء)

جدول(75)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى 1 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة الظهيرة الأولى		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	9	28.1	13.62	0.009
449-300	13	40.6		
599-450	4	12.5		
749-600	1	3.1		
750 وأكثر	5	15.6		
المجموع	32	100		

يلاحظ من الجدول(75) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى 1 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (300-449) وبلغت (40.6%)، وبلغت قيمة ch^2 (13.62) بدلالة إحصائية(0.009).

د. فترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء)

جدول(76)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة الظهيرة الثانية		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	18	38.3	26.72	0.000
449-300	18	38.3		
599-450	4	8.5		
749-600	2	4.3		
750 وأكثر	5	10.6		
المجموع	47	100		

يلاحظ من الجدول(76) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وذوي الدخل (300-449) وبلغت (38.3%)، وبلغت قيمة ch^2 (26.72) بدلالة إحصائية(0.000).

هـ. فترة العصر (من 3 مساء إلى 5 مساء)

جدول(77)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة العصر(من 3 مساء إلى 5 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة العصر		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	44	40.7	43.38	0.00
449-300	29	26.9		
599-450	18	16.7		
749-600	5	4.6		
750 وأكثر	12	11.1		
المجموع	108	100		

يلاحظ من الجدول(77) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة العصر (من 3 مساء إلى 5 مساء)المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل,

وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (40.7%)، وبلغت قيمة ch^2 (43.38) بدلالة إحصائية(0.000).

و. فترة المساء (من 5 مساء إلى 8 مساء)

جدول(78)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة المساء (من 5 مساء إلى 8 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة المساء		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	56	34.8	50.77	0.00
449-300	48	29.8		
599-450	27	16.8		
749-600	5	3.1		
750 وأكثر	25	15.5		
المجموع	161	100		

يلاحظ من الجدول(78) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة المساء (من 5 مساء إلى 8 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (34.8%)، وبلغت قيمة ch^2 (50.77) بدلالة إحصائية(0.000).

ز. فترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء)

جدول(79)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة السهرة		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	64	29.6	40.52	0.00
449-300	64	29.6		
599-450	36	16.7		
749-600	15	6.9		
750 وأكثر	37	17.1		
المجموع	216	100		

يلاحظ من الجدول(79) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء) المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وذوي الدخل (300-449) وبلغت (29.6%)، وبلغت قيمة ch^2 (40.52) بدلالة إحصائية(0.000).

ح. فترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى 4 صباحاً)

جدول(80)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لفترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى 4 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	فترة المساء المتأخر		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	25	35.7	22.42	0.00
449-300	16	22.9		
599-450	4	5.7		
749-600	6	8.6		
750 وأكثر	19	27.1		
المجموع	70	100		

يلاحظ من الجدول(80) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لفترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى 4 صباحاً) المفضلة لمشاهدة التلفاز لمتغيير

مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (35.7%)، وبلغت قيمة ch^2 (22.42) بدلالة إحصائية(0.000).

9. مستوى الدخل مع متغيير الدافع من مشاهدة القنوات الإسلامية

أ. دافع كسب الحسنات

جدول(81)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع كسب الحسنات من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	كسب الحسنات		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	58	37.7	53.59	0.00
300-449	42	27.3		
450-599	20	13		
600-749	5	3.2		
750 وأكثر	29	18.8		
المجموع	154	100		

يلاحظ من الجدول(81) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدافع كسب الحسنات من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (37.7%)، وبلغت قيمة ch^2 (53.59) بدلالة إحصائية(0.00).

ب. دافع معرفة الفتاوى الشرعية

جدول(82)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع معرفة الفتاوى الشرعية من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	معرفة الفتاوى الشرعية		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	50	36.2	65.26	0.00
449-300	50	36.2		
599-450	12	8.7		
749-600	5	3.6		
750 وأكثر	21	15.2		
المجموع	138	100		

يلاحظ من الجدول(82) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدافع معرفة الفتاوى الشرعية من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وذوي الدخل (300-449) وبلغت (36.2%)، وبلغت قيمة ch^2 (65.26) بدلالة إحصائية(0.00).

ج. دافع معرفة التاريخ الإسلامي

جدول(83)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع معرفة التاريخ الإسلامي من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	معرفة التاريخ الإسلامي		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	22	30.1	25.42	0.00
449-300	26	35.6		
599-450	6	8.2		
749-600	4	5.5		
750 وأكثر	15	20.5		
المجموع	73	100		

يلاحظ من الجدول(83) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدافع معرفة التاريخ الإسلامي من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير مستوى الدخل,

وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (300–449) وبلغت (35.6%)، وبلغت قيمة ch^2 (25.42) بدلالة إحصائية(0.00).

د. دافع التوعية الدينية بشكل عام

جدول(84)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع التوعية الدينية بشكل عام من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	التوعية الدينية بشكل عام		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	128	35.4	107.1	0.00
449–300	107	29.6		
599–450	47	13		
749–600	21	5.8		
750 وأكثر	59	16.3		
المجموع	362	100		

يلاحظ من الجدول(84) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدافع التوعية الدينية بشكل عام من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (35.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (107.1) بدلالة إحصائية(0.00).

هـ. دافع استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد

جدول(85)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لدافع استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	52	31.5	41.33	0.00
300-449	48	29.1		
450-599	26	15.8		
600-749	6	3.6		
750 وأكثر	33	20		
المجموع	165	100		

يلاحظ من الجدول(85) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدافع استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد بشكل عام من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وبلغت (31.5%)، وبلغت قيمة ch^2 (41.33) بدلالة إحصائية(0.00).

10. مستوى الدخل مع متغيير نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك

جدول(86)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لنوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الإجابة / مستوى الدخل	الشاملة		المتخصصة		التفاعلية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
أقل من 300	131	26.5	23	4.7	15	3	2.89	0.941
300-449	114	23.1	21	4.3	15	3		
450-599	55	11.1	7	1.4	5	1		
600-749	24	4.9	3	0.6	1	0.2		
750 وأكثر	64	13	11	2.2	5	1		
المجموع	388	78.5	65	13.2	41	8.3		

يلاحظ من الجدول(86) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لنوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة القنوات الشاملة وبلغت (26.5%)، وبلغت قيمة ch^2 (2.89) بدلالة إحصائية(0.941).

11. مستوى الدخل مع متغيير البرامج المفضلة للمشاهدة.

1. برامج الفتاوى

جدول(87)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لبرامج الفتاوى المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	برامج الفتاوى		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	63	39.6	71.15	0.00
449-300	51	32.1		
599-450	18	11.3		
749-600	8	5		
750 وأكثر	19	11.9		
المجموع	159	100		

يلاحظ من الجدول(87) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة برامج الفتاوى وبلغت (39.6%)، وبلغت قيمة ch^2 (71.15) بدلالة إحصائية(0.00).

2. برامج الإرشاد والتوعية.

جدول(88)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لبرامج الإرشاد والتوعية المفضلة للمشاهدة

تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	الإرشاد والتوعية		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	83	35.6	87.27	0.00
300-449	75	32.2		
450-599	29	12.4		
600-749	7	3		
750 وأكثر	39	16.7		
المجموع	233	100		

يلاحظ من الجدول(88) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة برامج الإرشاد والتوعية وبلغت (35.6%)، وبلغت قيمة ch^2 (87.27) بدلالة إحصائية(0.00).

3. برامج المقابلات

جدول(89)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لبرامج المقابلات المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	المقابلات		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	30	30.9	14.8	0.005
300-449	25	25.8		
450-599	12	12.4		
600-749	10	10.3		
750 وأكثر	20	20.6		
المجموع	97	100		

يلاحظ من الجدول(89) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي

الدخل (أقل من 300) في مشاهدة برامج المقابلات وبلغت (30.9%)، وبلغت قيمة ch^2 (14.8) بدلالة إحصائية(0.005).

4. برامج الندوات والمناقشات

جدول(90)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لبرامج الندوات والمناقشات المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	الندوات والمناقشات		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	69	36.5	54.67	0.00
449-300	50	26.5		
599-450	25	13.2		
749-600	10	5.3		
750 وأكثر	35	18.5		
المجموع	189	100		

يلاحظ من الجدول(90) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة برامج الندوات والمناقشات وبلغت (36.5%)، وبلغت قيمة ch^2 (54.67) بدلالة إحصائية(0.000).

5. برامج المسابقات

جدول(91)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لبرامج المسابقات المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	المسابقات		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	23	26.7	22.72	0.00
449-300	30	34.9		
599-450	16	18.6		
749-600	4	4.7		
750 وأكثر	13	15.1		
المجموع	86	100		

يلاحظ من الجدول(91) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (300–449) في مشاهدة برامج المسابقات وبلغت (34.9%)، وبلغت قيمة ch^2 (22.72) بدلالة إحصائية(0.000).

6. البرامج الحوارية

جدول(92)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 للبرامج الحوارية المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	الحوارية		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	28	28.6	15.16	0.004
449–300	25	25.5		
599–450	17	17.3		
749–600	6	6.1		
750 وأكثر	22	22.4		
المجموع	98	100		

يلاحظ من الجدول(92) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة البرامج الحوارية وبلغت (28.6%)، وبلغت قيمة ch^2 (15.16) بدلالة إحصائية(0.004).

7. برامج الدراما

جدول(93)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لبرامج الدراما المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	الدراما		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		

0.002	17.35	35.1	27	أقل من 300
		26	20	449-300
		10.4	8	599-450
		10.4	8	749-600
		18.2	14	750 وأكثر
		100	77	المجموع

يلاحظ من الجدول(93) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة برامج الدراما وبلغت (35.1%)، وبلغت قيمة ch^2 (17.35) بدلالة إحصائية(0.002).

8. البرامج الوثائقية

جدول(94)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 للبرامج الوثائقية المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الدلالة الإحصائية	Ch2	الوثائقية		مستوى الدخل
		%	التكرار	
0.000	32.38	30.5	32	أقل من 300
		29.5	31	449-300
		9.5	10	599-450
		3.8	4	749-600
		26.7	28	750 وأكثر
		100	105	المجموع

يلاحظ من الجدول(94) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة البرامج الوثائقية وبلغت (30.5%)، وبلغت قيمة ch^2 (32.38) بدلالة إحصائية(0.00).

9. البرامج المباشرة

جدول(95)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 للبرامج المباشرة المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الدلالة الإحصائية	Ch2	البرامج المباشرة	مستوى الدخل

		%	التكرار	
0.00	23.71	36.4	28	أقل من 300
		27.3	21	449-300
		14.3	11	599-450
		3.9	3	749-600
		18.2	14	750 وأكثر
		100	77	المجموع

يلاحظ من الجدول(95) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة البرامج المباشرة وبلغت (36.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (23.71) بدلالة إحصائية(0.00).

10. البرامج العلمية

جدول(96)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 للبرامج العلمية المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الدلالة الإحصائية	Ch2	البرامج العلمية		مستوى الدخل
		%	التكرار	
0.00	21.45	31.4	33	أقل من 300
		27.6	29	449-300
		16.2	7	599-450
		5.7	6	749-600
		19	20	750 وأكثر
		100	105	المجموع

يلاحظ من الجدول(96) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة البرامج العلمية وبلغت (31.4%)، وبلغت قيمة ch^2 (21.45) بدلالة إحصائية(0.00).

11. برامج تلفزيون الواقع

جدول(97)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 برامج تلفزيون الواقع المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الدلالة الإحصائية	Ch2	برامج تلفزيون الواقع	مستوى الدخل

	التكرار	%		
أقل من 300	17	29.8	13.61	0.009
449–300	17	29.8		
599–450	7	12.3		
749–600	3	5.3		
750 وأكثر	13	22.8		
المجموع	57	100		

يلاحظ من الجدول(97) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) وذوي الدخل (300–449) في مشاهدة برامج تلفزيون الواقع وبلغت (29.8%)، وبلغت قيمة ch^2 (13.61) بدلالة إحصائية(0.009).

12. برامج الأطفال

جدول(98)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 لبرامج الأطفال المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

مستوى الدخل	برامج الأطفال		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%		
أقل من 300	22	39.3	22.03	0.00
449–300	16	28.6		
599–450	10	17.9		
749–600	3	5.4		
750 وأكثر	5	8.9		
المجموع	56	100		

يلاحظ من الجدول(98) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (أقل من 300) في مشاهدة برامج الأطفال وبلغت (39.3%)، وبلغت قيمة ch^2 (22.03) بدلالة إحصائية(0.00).

13. البرامج الإنشادية

جدول(99)

التكرار والنسب المئوية وقيمة ch2 للبرامج الإنشادية المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مستوى الدخل

الدلالة الإحصائية	Ch2	البرامج الإنشادية		مستوى الدخل
		%	التكرار	
0.00	48.88	24.4	33	أقل من 300
		40.7	55	449-300
		15.6	21	599-450
		5.2	7	749-600
		14.1	19	750 وأكثر
		100	135	المجموع

يلاحظ من الجدول(99) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للبرامج المفضلة للمشاهدة لمتغيير مستوى الدخل, وكانت أعلى نسبة مئوية لصالح ذوي الدخل (300-449) في مشاهدة البرامج الإنشادية وبلغت (40.7%)، وبلغت قيمة ch^2 (48.88) بدلالة إحصائية(0.00).

ثالثاً: متغيير مكان الإقامة:

من أجل التعرف على الاختلافات في أنماط مشاهدة التلفاز والقنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة, تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات جميع أفراد عينة الدراسة وحساب قيمة (ch^2) للفروق بين الإجابات، وفيما يأتي عرض النتائج:

1- مشاهدة التلفاز:

جدول (100)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

الدلالة الإحصائية	قيمة ch2	لا		نعم		مكان الإقامة
		%	التكرار	%	التكرار	
0.000	778.5	–	–	64.4	327	مدينة
		–	–	30.1	153	قرية
		–	–	1.0	5	بادية
		–	–	3.5	18	مخيم
		–	–	1.0	5	غير ذلك
		–	–	100.0	508	المجموع

يظهر من الجدول (100) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (778.5) وبدلالة إحصائية (0.000).

2- **مشاهدة القنوات الفضائية:**

جدول (101)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لمشاهدة القنوات الفضائية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	نعم		لا		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%	التكرار	%		
مدينة	327	64.4	—	—	778.5	0.000
قرية	153	30.1	—	—		
بادية	5	1.0	—	—		
مخيم	18	3.5	—	—		
غير ذلك	5	1.0	—	—		
المجموع	508	100.0				

يظهر من الجدول (101) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (778.5) وبدلالة إحصائية (0.000).

3- **مكان مشاهدة التلفاز:**

جدول (102)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لمكان مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان المشاهدة	المنزل	النوادي	الأقارب	الأصدقاء	ch2	الدلالة

مكان الإقامة						الإحصائية
مدينة	321	3	3	0	205.3	0.000
قرية	153	0	0	0		
بادية	5	5	0	0		
مخيم	18	0	0	0		
غير ذلك	10	0	0	0		
المجموع	508					

يظهر من الجدول (102) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (205.3) وبدلالة إحصائية (0.000).

4- مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية:

جدول (103)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	نعم		لا		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%	التكرار	%		
مدينة	327	64.4	—	—	778.5	0.000
قرية	153	30.1	—	—		
بادية	5	1.0	—	—		
مخيم	18	3.5	—	—		
غير ذلك	5	1.0	—	—		
المجموع	508	100.0				

يظهر من الجدول (103) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (778.5) وبدلالة إحصائية (0.000).

5- مشاهدة قناة الرسالة الفضائية:

جدول (104)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لمشاهدة قناة الرسالة الفضائية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	نعم		لا		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	%	التكرار	%		
مدينة	327	64.4	–	–	778.5	0.000
قرية	153	30.1	–	–		
بادية	5	1.0	–	–		
مخيم	18	3.5	–	–		
غير ذلك	5	1.0	–	–		
المجموع	508	100.0	–	–		

يظهر من الجدول (104) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (778.5) وبدلالة إحصائية (0.000).

6- عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً:

جدول (105)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لعدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	أقل من ساعة	من ساعة إلى أقل من ساعتين	من ساعتين إلى أقل من ثلاث	من ثلاث إلى أقل من أربع	أربع ساعات وأكثر	ch2	الدلالة الإحصائية
مدينة	64	104	87	48	24	28.8	0.25
قرية	12	44	52	30	15		
بادية	2	2	1	0	0		
مخيم	1	5	4	3	5		
غير ذلك	1	1	1	2	0		
المجموع	80	156	145	83	44		

يظهر من الجدول (105) أنه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً تبعاً لمتغيير مكان الإقامة، حيث بلغت قيمة ch^2 (28.8) وبدلالة إحصائية (0.25)، وتجدر الإشارة إلى أن أبرز التكرارات كانت على مشاهدة التلفاز لمدة ساعة إلى أقل من ساعتين لسكان المدينة، ولسكان القرية أبرز التكرارات كانت على مشاهدة التلفاز "من ساعتين إلى ثلاث ساعات"، وأبرز التكرارات لمشاهدة التلفاز لسكان البادية

"إلى أقل من ساعتين"، ولأفراد المخيم أبرز التكرارات كانت لمشاهدة التلفاز "لأربع ساعات فأكثر".

7- عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً:

جدول (106)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لعدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من ربع ساعة إلى نصف ساعة	من نصف ساعة إلى ساعة	من ساعة إلى ساعتين	أكثر من ساعتين	ch2	الدلالة الإحصائية
مدينة	70	125	100	32	7.565	0.818
قرية	29	61	48	15		
بادية	2	2	1	0		
مخيم	4	4	6	4		
غير ذلك	0	2	2	1		
المجموع	105	194	157	52		

يظهر من الجدول (106) أنه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة، حيث بلغت قيمة ch^2 (7.565) وبدلالة إحصائية (0.818)، وتجدر الإشارة إلى أن أبرز التكرارات كانت على مشاهدة القنوات الإسلامية من نصف ساعة إلى ساعة لسكان المدينة، ولسكان القرية أبرز التكرارات كانت على مشاهدة القنوات الإسلامية "من ساعة إلى ساعتين"، وأبرز التكرارات لمشاهدة القنوات الإسلامية لسكان البادية "من ربع ساعة إلى نصف ساعة".

8- الفترة المفضلة للمشاهدة (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً):

جدول (107)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

	من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً	Ch2	الدلالة

مكان الإقامة	التكرار	النسبة المئوية		الإحصائية
مدينة	31	54.4	58.0	0.000
قرية	18	31.6		
بادية	3	5.3		
مخيم	4	7.0		
غير ذلك	1	1.8		
المجموع	57	100.0		

يظهر من الجدول (107) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (58.0) وبدلالة إحصائية (0.000).

10- (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً):

جدول (108)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة الصباح (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً		ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	33	60.0	48.3	0.000
قرية	18	32.7		
بادية	2	3.6		
مخيم	–	–		
غير ذلك	1	1.8		
المجموع	55	100.0		

يظهر من الجدول (108) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (48.3) وبدلالة إحصائية (0.000).

10- (من 10 صباحاً إلى 1 مساءً):

جدول (109)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى 1 مساءً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من 10 صباحاً إلى 1 مساءً		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	22	68.8	36.7	0.000
قرية	8	25.0		
بادية	1	3.1		
مخيم	–	–		
غير ذلك	1	3.1		
المجموع	32	100.0		

يظهر من الجدول (109) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (36.7) وبدلالة إحصائية (0.000).

11- **من 1 مساءً إلى 3 مساءً:**

جدول (110)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة الظهيرة الثانية (من 1 مساءً إلى 3 مساءً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من 1 مساءً إلى 3 مساءً		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	30	638	26.85	0.000
قرية	16	34.0		
بادية	–	–		
مخيم	1	2.1		
غير ذلك	–	–		
المجموع	47	100.0		

يظهر من الجدول (110) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (26.85) وبدلالة إحصائية (0.000).

12- (من 3 مساء إلى 5 مساءً):

جدول (111)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة العصر (من 3 مساءً إلى 5 مساءً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من 3 مساءً إلى 5 مساءً		Ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	64	59.3	145.981	0.000
قرية	37	34.3		
بادية	2	1.9		
مخيم	4	3.7		
غير ذلك	1	0.9		
المجموع	108	100.0		

يظهر من الجدول (111) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (145.981) وبدلالة إحصائية (0.000).

13- (من 5 مساءً إلى 8 مساءً):

جدول (112)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة المساء (من 5 مساءً إلى 8 مساءً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من 5 مساءً إلى 8 مساءً		ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	109	67.7	189	0.000
قرية	47	29.2		
بادية	—	—		
مخيم	4	2.5		
غير ذلك	1	0.6		
المجموع	161	100.0		

يظهر من الجدول (112) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (189) وبدلالة إحصائية (0.000).

14- (من 8 مساءً إلى 11 مساءً):

جدول (113)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة السهرة (من 8 مساءً إلى 11 مساءً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من 8 مساءً إلى 11 مساءً		ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	152	70.4	387.5	0.000
قرية	54	25.0		
بادية	1	0.5		
مخيم	7	3.2		
غير ذلك	2	0.9		
المجموع	216	100.0		

يظهر من الجدول (113) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (387.5) وبدلالة إحصائية (0.000).

15- (من 11 مساءً إلى 4 صباحاً):

جدول (114)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لفترة المساء المتأخر (من 11 مساءً إلى 4 صباحاً) المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	من 11 مساءً إلى 4 صباحاً		ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	49	70.0	84.2	0.000
قرية	17	24.3		
بادية	1	1.4		
مخيم	3	4.3		
غير ذلك	–	–		
المجموع	70	100.0		

يظهر من الجدول (114) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (84.2) وبدلالة إحصائية (0.000).

16- كسب الحسنات:

جدول (115)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع كسب الحسنات من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	لكسب الحسنات		ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	101	65.6	171.2	0.000
قرية	48	31.2		
بادية	1	0.6		
مخيم	4	2.6		
غير ذلك	—	—		
المجموع	154	100.0		

يظهر من الجدول (115) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (171.2) وبدلالة إحصائية (0.000).

17- لمعرفة الفتاوى الشرعية:

جدول (116)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع معرفة الفتاوى الشرعية من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	لمعرفة الفتاوى الشرعية		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	89	64.5	213.5	0.000
قرية	42	30.4		
بادية	1	0.7		
مخيم	3	2.2		
غير ذلك	3	2.2		
المجموع	138	100.0		

يظهر من الجدول (116) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (213.5) وبدلالة إحصائية (0.000).

18- لمعرفة التاريخ الإسلامي:

جدول (117)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لمعرفة التاريخ الإسلامي من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	لمعرفة التاريخ الإسلامي		ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	54	74.0	99.6	0.000
قرية	15	20.5		
بادية	1	1.4		
مخيم	3	4.1		
غير ذلك	–	–		
المجموع	73	100.0		

يظهر من الجدول (117) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (99.6) وبدلالة إحصائية (0.000).

19- للتوعية الدينية بشكل عام:

جدول (118)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع التوعية الدينية بشكل عام من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	للتوعية الدينية بشكل عام		ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	244	67.4	592.8	0.000
قرية	97	26.8		
بادية	5	1.4		
مخيم	12	3.3		
غير ذلك	4	1.1		
المجموع	362	100.0		

يظهر من الجدول (118) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (592) وبدلالة إحصائية (0.000).

20- لاستثمار وقت الفراغ في شيء مفيد:

جدول (119)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	لاستثمار وقت الفراغ في شيء مفيد		ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	113	68.5	198.5	0.000
قرية	47	28.5		
بادية	–	–		
مخيم	4	2.4		
غير ذلك	1	0.6		
المجموع	165	100.0		

يظهر من الجدول (119) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (198) وبدلالة إحصائية (0.000)

21- نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك:

جدول (120)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لنوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لأفراد عينة الدراسة من مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	الشاملة	المتخصصة	التفاعلية	ch^2	الدلالة الإحصائية
مدينة	255	43	20	14.78	0.64
قرية	114	15	19		
بادية	3	1	1		
مخيم	14	4	0		
غير ذلك	2	2	1		
المجموع	388	65	41		

يظهر من الجدول (120) أنه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لأفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيير مكان الإقامة، حيث بلغت قيمة ch^2 (14.78) وبدلالة إحصائية (0.64)، وتجدر الإشارة

إلى أن أبرز التكرارات كانت لمكان السكن "المدينة" للقنوات "الشاملة"، وكانت أدنى تكرار لمكان السكن "البادية" للقنوات "التفاعلية".

22- الفتاوى:

جدول (121)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "الفتاوى" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	الفتاوى		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	113	68.5	228.8	0.000
قرية	47	28.5		
بادية	–	–		
مخيم	4	2.4		
غير ذلك	1	0.6		
المجموع	159	100.0		

يظهر من الجدول (121) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (228.8) وبدلالة إحصائية (0.000).

23- الإرشاد والتوعية:

جدول (122)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "الإرشاد والتوعية" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	الإرشاد والتوعية		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	153	65.7	362.4	0.000
قرية	65	27.9		
بادية	3	1.3		
مخيم	10	4.3		
غير ذلك	2	0.9		
المجموع	233	100.0		

يظهر من الجدول (121) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (362.4) وبدلالة إحصائية (0.000).

24- المقابلات:

جدول (123)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "المقابلات" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	المقابلات		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	69	71.1	125.3	0.000
قرية	25	25.8		
بادية	1	1.0		
مخيم	2	2.1		
غير ذلك	—	—		
المجموع	97	100.0		

يظهر من الجدول (123) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (125.3) وبدلالة إحصائية (0.000).

25- الندوات والمناقشات:

جدول (124)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "الندوات والمناقشات" تبعاً لمتغير مكان الإقامة

مكان الإقامة	الندوات والمناقشات		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	126	66.7	306.2	0.000
قرية	53	28.0		
بادية	3	1.6		
مخيم	4	2.1		
غير ذلك	3	1.6		
المجموع	189	100.0		

يظهر من الجدول (124) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (306.2) وبدلالة إحصائية (0.000).

26- المسابقات:

جدول (125)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "المسابقات" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	المسابقات		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	53	61.6	77.4	0.000
قرية	26	30.2		
بادية	—	—		
مخيم	5	5.8		
غير ذلك	2	2.3		
المجموع	86	100.0		

يظهر من الجدول (125) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (77.4) وبدلالة إحصائية (0.000).

27- الحوارية:

جدول (126)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "الحوارية" تبعاً لمتغير مكان الإقامة

مكان الإقامة	الحوارية		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	68	69.4	64.7	0.000
قرية	26	26.5		
بادية	–	–		
مخيم	4	4.1		
غير ذلك	–	–		
المجموع	98	100.0		

يظهر من الجدول (126) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (64.7) وبدلالة إحصائية (0.000).

28- الدراما:

جدول (127)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "الدراما" تبعاً لمتغير مكان الإقامة

مكان الإقامة	الدراما		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	56	72.7	15.9	0.000
قرية	21	27.3		
بادية	–	–		
مخيم	–	–		
غير ذلك	–	–		
المجموع	77	100.0		

يظهر من الجدول (127) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (15.9) وبدلالة إحصائية (0.000).

29- الوثائقية:

جدول (128)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "للوثائقية" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	للوثائقية		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	73	69.5	68.80	0.000
قرية	27	25.7		
بادية	—	—		
مخيم	5	4.8		
غير ذلك	—	—		
المجموع	105	100.0		

يظهر من الجدول (128) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (68.80) وبدلالة إحصائية (0.000).

30- البرامج المباشرة:

جدول (129)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "البرامج المباشرة" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	البرامج المباشرة		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	60	77.9	121.8	0.000
قرية	15	19.5		
بادية	—	—		
مخيم	1	1.3		
غير ذلك	1	1.3		
المجموع	77	100.0		

يظهر من الجدول (129) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (121.8) وبدلالة إحصائية (0.000).

31- العلمية:

جدول (130)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "العلمية" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	العلمية		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	67	63.8	161.1	0.000
قرية	33	31.4		
بادية	1	1.0		
مخيم	3	2.9		
غير ذلك	1	1.0		
المجموع	105	100.0		

يظهر من الجدول (130) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (161.1) وبدلالة إحصائية (0.000).

32- تلفزيون الواقع:

جدول (131)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "تلفزيون الواقع" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	تلفزيون الواقع		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	42	73.7	46.2	0.000
قرية	14	24.6		
بادية	—	—		
مخيم	1	1.8		

				غير ذلك
		100.0	57	المجموع

يظهر من الجدول (131) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (46.2) وبدلالة إحصائية (0.000).

33- برامج الأطفال:

جدول (132)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "برامج الأطفال " تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	برامج الأطفال		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	36	64.3	32.8	0.000
قرية	19	33.9		
بادية	–	–		
مخيم	1	1.8		
غير ذلك	–	–		
المجموع	56	100.0		

يظهر من الجدول (131) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (32.8) وبدلالة إحصائية (0.000).

34- البرامج الإنشادية:

جدول (133)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة ch^2 لدافع مشاهدة القنوات الإسلامية لغرض "البرامج الإنشادية" تبعاً لمتغيير مكان الإقامة

مكان الإقامة	البرامج الإنشادية		Ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
مدينة	94	69.6	236.0	0.000
قرية	34	25.2		
بادية	1	0.07		
مخيم	5	3.7		
غير ذلك	1	0.07		
المجموع	135	100.0		

يظهر من الجدول (132) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير مكان الإقامة لصالح "المدينة"، حيث بلغت قيمة ch^2 (236.0) وبدلالة إحصائية (0.000).

رابعاً: متغيير المستوى الدراسي:

من أجل التعرف على الاختلافات في أنماط مشاهدة التلفاز والقنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي, تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات جميع أفراد عينة الدراسة وحساب قيمة (ch^2) للفروق بين الإجابات، وفيما يأتي عرض النتائج:

1- متغيير المستوى الدراسي مع أنماط المشاهدة.

جدول (134)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة (ch^2) لمشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	مشاهدة التلفاز		قيمة ch^2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
سنة	121	%23.8	216.157	0.000

				أولى
		%29.9	152	سنة ثانية
		%21.9	111	سنة ثالثة
		%20.7	105	سنة رابعة
		%2.8	14	ماجستير
		%1.0	5	دكتوراه
		%0.100	508	المجموع

يلاحظ من الجدول(133) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي، حيث كانت قيمة ch2 (216.157) وبدلالة إحصائية (0.00) وكانت الفروق لصالح طلبة السنة ثانية بتكرار(152).

2- مشاهدة القنوات الفضائية.

جدول (135)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة (ch2) مشاهدة القنوات الفضائية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي

الدلالة الإحصائية	قيمة ch2	مشاهدة القنوات الفضائية		المستوى الدراسي
		النسبة المئوية	التكرار	
0.000	216.157	%23.8	121	سنة أولى
		%29.9	152	سنة ثانية
		%21.9	111	سنة ثالثة
		%20.7	105	سنة رابعة
		%2.8	14	ماجستير
		%1.0	5	دكتوراه
		%0.100	508	المجموع

يلاحظ من الجدول(134) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في مشاهدة القنوات الفضائية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي، وكانت قيمة ch^2 (216.157) وبدلالة إحصائية (0.00) وكانت الفروق لصالح طلبة السنة ثانية بتكرار(152). وتجدر الإشارة إلى أن أبرز التكرارات كانت في مستوى السنة الثانية مشاهدة القنوات الفضائية بتكرار (152).

3- مكان مشاهدة التلفاز.

جدول (136)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) لمكان مشاهدة التلفاز تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي

مكان المشاهدة	المنزل	النوادي	الأقارب	الأصدقاء	قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
المستوى الدراسي	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		
سنة أولى	120	1	_	_	9.560	0.846
سنة ثانية	150	1	_	_		
سنة ثالثة	108	0	_	_		
سنة رابعة	103	1	–	–		
ماجستير	14	0	–	–		
دكتوراه	5	0	–	–		
المجموع	500	3	–	–		

يلاحظ من الجدول(135) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي ومكان مشاهدة التلفاز، حيث بلغت قيمة ch2(9.560) وهي قيمة غير دالة إحصائياً. وتجدر الإشارة إلى أن أبرز التكرارات كانت في مستوى السنة الثانية لمكان المشاهدة في المنزل بتكرار (150).

4- مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية

جدول (137)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة (ch2) مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
سنة أولى	121	23.8%	216.157	0.000
سنة ثانية	152	%29.9		
سنة ثالثة	111	21.9%		
سنة رابعة	105	%20.7		

		%2.8	14	ماجستير
		%1.0	5	دكتوراه
		%100	508	المجموع

يلاحظ من الجدول(136) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي، وكانت قيمةch2(216.157) وكانت الفروق لصالح طلبة السنة ثانية بتكرار(152). وتجدر الإشارة إلى أن أبرز التكرارات كانت في مستوى السنة الثانية مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية بتكرار (152).

5- مشاهدة قناة الرسالة الفضائية

جدول (138)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) مشاهدة قناة الرسالة الفضائية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	مشاهدة قناة الرسالة الفضائية		قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
	التكرار	النسبة المئوية		
سنة أولى	121	%23.8	216.157	0.000
سنة ثانية	152	%29.9		
سنة ثالثة	111	%21.9		
سنة رابعة	105	%20.7		
ماجستير	14	%2.8		
دكتوراه	5	%1.0		
المجموع	508	%100		

نلاحظ من الجدول(137) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية لمشاهدة قناة الرسالة الفضائية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي وكانت قيمةch2(216.157) وكانت الفروق لصالح طلبة السنة ثانية بتكرار(152)

6- عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً

جدول (139)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي

الدلالة الإحصائية	قيمة ch2	أربع ساعات وأكثر	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	من ساعتين إلى أقل من ثلاث	من ساعة إلى أقل من ساعتين	أقل من ساعة	المستوى الدراسي
		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
0.987	8626.	11	21	34	33	22	سنة أولى
		15	21	42	51	23	سنة ثانية
		8	20	33	32	18	سنة ثالثة
		8	19	32	32	14	سنة رابعة
		1	2	2	6	3	ماجستير
		1	0	2	2	0	دكتوراه
		8344	83	145	156	80	المجموع

يلاحظ من الجدول(138) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغيير عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي حيث بلغت قيمةch2(8.626) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

7- عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية

جدول (140)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي

الدلالة الإحصائية	قيمة ch2	أكثر من ساعتين	من ساعة إلى ساعتين	من نصف إلى ساعة	من ربع إلى نصف	المستوى الدراسي
		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
0.412	15.557	10	38	44	29	سنة أولى
		12	49	54	37	سنة ثانية
		17	29	47	18	سنة ثالثة
		11	35	40	19	سنة رابعة
		0 / 2	2 / 4	1 / 8	2 / 0	ماجستير / دكتوراه

المجموع	105	194	157	52		

يلاحظ من الجدول(139) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي مع متغيير عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية حيث بلغت قيمةch2(15.557) وهي قيمـــة غير دالة إحصائي

8- الفترة المفضلة للمشاهدة

جدول (141)

التكرارات والنسب المئوية وقي(ch2) الفترة المفضلة للمشاهدة تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي.

الفترة	السنة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً	سنة أولى	12	22.8%	13.439	0.009
	سنة ثانية	20	%35.1		
	سنة ثالثة	12	%21.1		
	سنة رابعة	9	%15.8		
	ماجستير	3	5.3%		
	دكتوراه	0	%0		
	المجموع	57	%100		
من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً	سنة أولى	16	%29.1	13.091	0.11
	سنة ثانية	14	%25.5		
	سنة ثالثة	14	%25.5		
	سنة رابعة	10	%18.2		
	ماجستير	-	-		
	دكتوراه	1	1.8%		
	المجموع	55	100.0		
من 10 صباحاً إلى 1 مساء	سنة أولى	11	34.4	3.250	0.355
	سنة ثانية	9	28.1		
	سنة ثالثة	8	25.0		
	سنة رابعة	4	12.5		
	ماجستير	-	-		
	دكتوراه	-	-		
	المجموع	32	100.0%		
من 1 مساء إلى 3 مساء	سنة أولى	13	%27.7	4.489	0.213
	سنة ثانية	16	%34.0		
	سنة ثالثة	6	%12.8		
	سنة رابعة	12	%25.5		
	ماجستير	-	-		
	دكتوراه	-	-		
	المجموع	47	%100.0		

من 3 مساء إلى 5 مساء	سنة أولى	31	%28.7	54.444	0.000
	سنة ثانية	34	%31.5		
	سنة ثالثة	19	%17.6		
	سنة رابعة	21	%19.4		
	ماجستير	2	%1.9		
	دكتوراه	1	%9		
	المجموع	108	%100.0		
من 5 مساء إلى 8 مساء	سنة أولى	41	%25.5	27.665	0.000
	سنة ثانية	42	%26.1		
	سنة ثالثة	35	%21.7		
	سنة رابعة	37	%23.0		
	ماجستير	9	%3.7		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	161	100.0%		
من 8 إلى 11 مساء	سنة أولى	46	%21.3	88.222	0.000
	سنة ثانية	65	%30.1		
	سنة ثالثة	43	%19.9		
	سنة رابعة	52	%24.1		
	ماجستير	7	%3.2		
	دكتوراه	3	%1.4		
	المجموع	216	%100.0		
من 11 مساء إلى 4 صباحاً	سنة أولى	16	%22.9	27.00	0.000
	سنة ثانية	28	%40.0		
	سنة ثالثة	11	%15.7		
	سنة رابعة	14	%20.0		
	ماجستير	1	%1.4		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	70	%100.0		

يلاحظ من الجدول(140) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي مع الفترات الآتية (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً) و(من 10 صباحاً إلى 1 مساء) و(من 1 مساء إلى 3 مساء) حيث كانت قيمة ch2 غير دالة إحصائياً, وكانت الفترات الآتية دالة إحصائياً (من

4 صباحاً إلى 7 صباحاً)وكانت لصالح طلبة السنة الثانية بتكرار(20) و(من 3 مساء إلى 5 مساء) وكانت لصالح طلبة السنة الثانية بتكرار(34) و (من 5 مساء إلى 8 مساء) و(من 8 إلى 11 مساء) وكانت لصالح طلبة السنة الثانية بتكرار(65) و(من 11 مساء إلى 4 صباحاً) وكانت لصالح طلبة السنة الثانية بتكرار(28).

الدافع لمشاهدة القنوات الإسلامية

جدول (142)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) الدافع لمشاهدة القنوات الإسلامية تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي.

الدافع	السنة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
كسب الحسنات	سنة أولى	34	%22.1	33.468	0.000
	سنة ثانية	47	%30.5		
	سنة ثالثة	37	%24.0		
	سنة رابعة	32	%20.8		
	ماجستير	4	%2.6		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	154	%100.0		
معرفة الفتاوى الشرعية	سنة أولى	32	%23.2	31.058	0.000
	سنة ثانية	46	%33.3		
	سنة ثالثة	31	%22.5		
	سنة رابعة	23	%16.7		
	ماجستير	6	%4.3		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	138	%100.0		
معرفة التاريخ الإسلامي	سنة أولى	19	%26.0	14.877	0.005
	سنة ثانية	19	%26.0		
	سنة ثالثة	19	%26.0		
	سنة رابعة	14	%19.2		
	ماجستير	2	%2.7		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	73	%100.0		
التوعية الدينية	سنة أولى	81	%22.4	148.829	0.000

بشكل عام	سنة ثانية	103	%28.5		
	سنة ثالثة	76	%21.0		
	سنة رابعة	88	%24.3		
	ماجستير	11	%3.0		
	دكتوراه	3	%8.0		
	المجموع	362	%100.0		
استثمار وقت الفراغ في شئ ما	سنة أولى	35	%21.2	62.091	0.000
	سنة ثانية	50	30.3		
	سنة ثالثة	36	%21.8		
	سنة رابعة	34	%20.6		
	ماجستير	8	%4.8		
	دكتوراه	2	%1.2		
	المجموع	165	%100.0		

يلاحظ من الجدول(141) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي مع الدافع لمشاهدة القنوات الإسلامية, حيث كانت الفروق في دافع كسب الحسنات لصالح طلبة السنة ثانية بتكرار(47) ودافع معرفة الفتاوى الشرعية لصالح طلبة السنة الثانية بتكرار(46)، ودافع معرفة التاريخ الإسلامي لصالح طلبة السنة الأولى والثانية والثالثة بتكرار(19)، ودافع التوعية الدينية بشكل عام لصالح طلبة السنة الثانية بتكرار(103)، ودافع استثمار وقت الفراغ في شئ ما لطلبة السنة الثانية بتكرار(50).

9- البرامج المفضلة للمشاهد

جدول (143)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) البرامج المفضلة للمشاهد تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي.

البرنامج	السنة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
الفتاوى	سنة أولى	39	%24.5	33.925	0.000
	سنة ثانية	46	%28.9		
	سنة ثالثة	39	%24.5		
	سنة رابعة	31	%19.5		
	ماجستير	4	%2.5		
	دكتوراه				

	المجموع	159	%100.0		
الإرشاد والتوعية	سنة أولى	56	%24.0	52.129	0.000
	سنة ثانية	77	%33.0		
	سنة ثالثة	46	%19.7		
	سنة رابعة	45	%19.3		
	ماجستير	9	%3.9		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	233	%100.0		
المقابلات	سنة أولى	16	%16.5	9.268	0.026
	سنة ثانية	36	%37.1		
	سنة ثالثة	25	%25.8		
	سنة رابعة	20	%20.6		
	ماجستير	–	–		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	97	%100		
الندوات والمناقشات	سنة أولى	41	%21.7	84.04	0.00
	سنة ثانية	36	%33.3		
	سنة ثالثة	35	%18.5		
	سنة رابعة	41	%21.7		
	ماجستير	6	%3.2		
	دكتوراه	3	%1.6		
	المجموع	189	%100		
المسابقات	سنة أولى	21	%24.4	25.62	0.00
	سنة ثانية	29	%33.7		
	سنة ثالثة	14	%16.3		
	سنة رابعة	21	%24.4		
	ماجستير	1	%1.2		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	86	%100		
الحوارية	سنة أولى	23	%23.5	45.63	0.00
	سنة ثانية	32	%32.7		
	سنة ثالثة	16	%16.3		
	سنة رابعة	23	%23.5		

		%2.0	2	ماجستير	
		%2.0	2	دكتوراه	
		%100	98	المجموع	

يلاحظ من الجدول(142) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي مع متغيير البرامج المفضلة للمشاهدة, حيث كانت الفروق في برامج "الفتاوى" لصالح طالبة الـــسنة الثانية بتكرار(46) وفي "برامج الإرشاد والتوعية" لصالح مستوى السنة الثانية بتكـــرار (77)، وفي "برامج المقابلات" لصالح طالبة السنة الثانية بتكرار (36) وفي برامج" الندوات والمناقشات" لصالح كل من طالبة السنة الأولى والرابعة بتكرار (41) وفي برامج "المسابقات" لصالح طالبة السنة الثانية بتكرار (29) وفي برامج" الحوارية" لصالح طالبة السنة الثانية بتكرار (32).

جدول (144)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة(ch2) البرامج المفضلة للمشاهد تبعاً لمتغيير المستوى الدراسي.

البرنامج	السنة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة ch2	الدلالة الإحصائية
الدراما	سنة أولى	17	%22.1	19.03	0.001
	سنة ثانية	26	%33.8		
	سنة ثالثة	19	%24.7		
	سنة رابعة	12	%15.6		
	ماجستير	3	%3.9		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	77	%100		
الوثائقية	سنة أولى	23	%21.9	52.42	0.00
	سنة ثانية	36	%34.3		
	سنة ثالثة	22	%21.0		
	سنة رابعة	21	%20.0		
	ماجستير	2	%1.9		
	دكتوراه	1	%1.0		
	المجموع	105	%100		
البرامج المباشرة	سنة أولى	18	%23.4	20.46	0.00
	سنة ثانية	28	%36.4		
	سنة ثالثة	11	%14.3		

	سنة رابعة	16	%20.8		
	ماجستير	4	%5.2		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	77	%100		
العلمية	سنة أولى	26	%24.8	25.71	0.00
	سنة ثانية	33	%31.4		
	سنة ثالثة	20	%19.0		
	سنة رابعة	24	%22.9		
	ماجستير	2	%1.6		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	105	%100		
تلفزيون الواقع	سنة أولى	10	%17.5	19.05	0.001
	سنة ثانية	21	%36.8		
	سنة ثالثة	10	%17.5		
	سنة رابعة	15	%26.3		
	ماجستير	1	%1.8		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	57	%100		
برامج الأطفال	سنة أولى	12	%21.4	2.42	0.488
	سنة ثانية	19	%33.6		
	سنة ثالثة	12	%21.4		
	سنة رابعة	13	%23.2		
	ماجستير	–	–		
	دكتوراه	–	–		
	المجموع	56	%100		
البرامج الإنشادية	سنة أولى	31	%23.0	32.07	0.00
	سنة ثانية	41	%30.4		
	سنة ثالثة	32	%23.7		
	سنة رابعة	29	%21.5		
	ماجستير	2	%1.5		
	المجموع	135	%100		

يلاحظ من الجدول(143) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي مع متغيير البرامج المفضلة للمشاهدة" لبرامج الأطفال" حيث بلغت قيمةch^2 (2.42) وهي قيمة غير دالة إحصائياً, وكان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي مع باقي

متغييرات البرامج المفضلة للمشاهدة حيث كانت في البرامج" الدراما" لــصالح طالبــة الــسنة "البرامج المباشرة" لصالح طالبة السنة الثانية بتكرار (28) وفي برامج "العلمية" لصالح طالبــة السنة الثانية بتكرار (33)وفي برامج" تلفزيون الواقع" لصالح طالبة السنة الثانية بتكــرار (21) وفي برامج "البرامج الإنشادية" لصالح طالبة السنة الثانية بتكرار (41).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

الفصل الخامس
مناقشة النتائج

يتضمن هذا الفصل مناقشة النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة، وسيتم مناقشة النتائج وفقاً لأسئلة الدراسة، وتجدر الإشارة إلى أن التلفاز يحتل المرتبة الأولى مـن الوسـائل الإعلامية المرئية لدى الناس بشكل عام والطلبة بشكل خاص, ويعزى ذلك إلى أنه أقرب وسيلة اتصال موجه حيث له القدرة على تكبير الصغير, وتحريك الثابت, بالإضافة إلى مجانية الخبـر حيث كان الناس قديماُ يشترون الصحف من أجل معرفة الأخبار, أما مع التلفاز فيستطيع معرفة الأخبار مباشرة وفي أي وقت, ويلبي التلفاز كثيراً من رغبات الطلبة سواء كانت إرشـادية, أو تثقيفية, أو ترفيهية. ويتسم التلفاز بمخاطبة الناس على اختلاف مستوياتهم من الصغار والكبـار, وحتى الأميين يستطيع إيصال المعلومة إليهم فهم لا يحتاجون إلى إتقان الكتابة والقـراءة حتـى يتواصلوا معه.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعـات الأردنيـة للقنوات ولقناة الرسالة الفضائية ؟

أظهرت النتائج أن "المنزل" كمكان لمشاهدة التلفاز حصل على أعلى نسبة مئوية وكانت (98.4) وهي نسبة عالية, وهذا يُعزى إلى توفير سبل الراحة في مشاهدته في البيت بحيث يأخذ الطالب راحته في مشاهدة التلفاز, فضلاُ عن أن وجوده في المنزل يغني عن الذهاب إلى أماكن أخرى قد تكلفهم مجهوداُ أو عبئاُ مادياُ أو مجهوداُ بدنياُ. وكانت أقل نسبة للمقاهي حيث كانـت (0.4) ويُعزى ذلك إلى عدم توفر وسائل الراحة في المشاهدة, وكذلك قد يكلف ذلك جهداُ أو عبئاُ مادياُ.

أما بالنسبة لعدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً , فقد كان أعلى نـسبة مئويـة للفترة من نصف ساعة إلى ساعة حيث كانت النسبة (38.2%) وقد اتفقت هذه الجزئية إلى حـدٍّ كبير مع دراسة **الحـسن (2008)** بأن أعلى نسبة لفترة مشاهدة طلبـة الجامعـات الأردنيـة للمحطات الفضائية بشكل عام في أيام الدوام الرسمي, هي من ساعة إلى أقل من ساعتين وبلغت هذه النسبة (26.9%)، ويُعزى ذلك إلى الاهتمام بمثل هذه القنوات بشكل كبير, بالإضافة إلـى الاهتمام بقنوات ومواضيع أخرى, وقد يعود ذلك إلى طبيعة البرامج التي تقدمها مثل هذه القنوات في تغيير قناعات بعض الطلاب عن أمور تخص الدين, والسياسة, والمجتمع, وكـذلك قـدرتها على نشر الإسلام بالشكل الصحيح وبأسلوب الترغيب, وعملها على دحض المفتريات التي كانت تشاع حول الإسلام كالتطرف, والعلمانية وغيرها, وعمل هذه القنـوات علـى الـرد بـالحجج والبراهين عليها, وكذلك تعمل هذه القنوات على نقل المعلومات العلمية وربطها بالإيمان, كعلوم البحار والنباتات والتخصصات النادرة.

واختصت هذه الدراسة بالطلبة الذين يشاهدون قناة الرسالة الفضائية نظراً لتميـز هـذه القناة بأفكارها الإبداعية وبرامجها المبتكرة ؛ حيث تسعى هذه القناة إلى محاولة تغيير المَـشاهد باستخدام الأسلوب العلمي والتربوي والاهتمام بالثقافة والتربية وبالمهارات الإدارية والحياتيـة والشخصية والفنية.

كما أن القناة تستطيع أن تساهم في توجيه العلاقات الأسرية, والزوجيـة, وتعلـم فـن العلاقات بين الأشخاص القائم على الصدق والوفاء والمحبة في الله. إن هدف قناة الرسالة هـو الوصول إلى الشخصية الإسلامية القادرة على صناعة شخصية الأمة, وذلك من خـلال تغييـر اهتمامات الأفراد إلى الأنفع لهم وهذا ما أكده (نصر 2007) في إشارته إلى أن هذه القناة تريـد

تقديم منهج حياة متكامل, وتبث هذه القناة الكثير من البرامج والمناقشات والمسابقات, وبـــرامج المرأة, , وبرامج الشباب . (عطوان 2008).

وقد أشارت النتائج المتعلقة بهذا السؤال إلى الدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية فهنـــاك دوافع كثيرة أهمها معرفة التاريخ الإسلامي؛ حيث تقدم هذه القنوات برامج توضح فيها الحروب المختلفة التي حصلت عبر التاريخ الإسلامي, وكذلك انتقال الخلافـــة فـــي العهـــود الإســـلامية المتتالية, بالإضافة إلى معرفة الفتاوى الشرعية إذ تقدم الكثير من البرامج التي تتخلـــل الأســـئلة والإجابة عنها بطرق كثيرة إما بالهاتف أو الإنترنت أو الرسائل القصيرة, ومن الدوافع "حاجـــة الناس لكسب الحسنات" وذلك بمتابعة مثل هذه القنوات لالتزامها بالتعاليم الدينية, وتعلم الأخلاق والثوابت والقيم: وحصلت "التوعية الدينية بشكل عام" على أعلى نسبة فـــي متغييـــر الـــدوافع لمشاهدة القنوات الإسلامية، حيث بلغت (71.3) ويُعزى ذلك إلى طبيعة هذه القنـــوات؛ لأنهـــا طبيعة دينية بحيث لها تأثير قوي على الشخصية الإنسانية, وتحاكي الطبيعة والفطرة الإنـــسانية والدينية المتمثلة بالأخلاق والعلم والقيم . وهذا يتفق مع كلام **الطاهر (2008)** الذي يـــرى أن من أهم وظائف الفضائيات الإسلامية هو تبليغ الدعوة ونشر الرسالة.

وهناك دوافع أخرى؛ فمن الأشخاص من يتابع هذه القنوات من أجل الهداية فيرى فـــي نفسه شخصاً مقصراً دينياً، ويرى بهذه القنوات الوسيلة الأفضل من أجل التغيير ويـــرى هـــذه القنوات هي السبيل الأيسر والأسهل للهداية.

وكذلك الحصول على المعلومات في كافة المجالات العلمية, والفنية, والثقافية, بالإضافة إلى الدينية, وبعض أفراد العينة أشاروا إلى دافع مشاهدة القنوات الإسلامية بـــــــــــــ "ســماع القرآن" ويُعزى ذلك إلى اهتمام هذه القنوات بالقرآن الكريم وتخصيص كثير منها فقط لترتيـــل وتجويد وتعليم القرآن الكريم مثل "المجد للقرآن الكريم".

وقد أظهرت نتائج السؤال الأول متغيير نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة, حيث توجد قنوات متخصصة بالمسابقات, والدردشة, والرسائل القصيرة , وبعضها يهتم بنوع من المواد الإعلامية مثل قنوات القرآن الكريم.

ومنها ما يهتم بالبرامج الشاملة والمنوعة, حيث حصلت "البرامج الشاملة " على أعلى نسبة وبلغت (76.4)، وهذا يتوافق إلى حدٍّ كبير مع دراسة **أبو الهيجاء (2009)** في العوامل المؤثرة في قرار تفضيل المشاهد الأردني القنوات الفضائية العربية ، وقد تبين من خلال الدراسة أن من أهم الجوانب والبرامج التي يبحث عنها المشاهد في الفضائيات ويفضلها هي البرامج الدنية والأخلاقية ذات القيم ، ويُعزى ذلك إلى اهتمام المشاهد بتنوع البرامج المختلفة, وإن مثل هذه القنوات تقدم برامج منوعة كالمقابلات الشخصية, والبرامج الحوارية, والمسابقات الدينية, والبرامج التثقيفية العلمية, وكذلك تقديم برامج درامية بأسلوب ديني، وتقدم برامج للأطفال من أجل التوعية والتعليم والتربية.

أما بالنسبة للبرامج المفضلة للمشاهدة, فقد كانت أعلى نسبة لبرامج الإرشاد والتوعية حيث بلغت (45.9)، ويُعزى ذلك إلى مدى وعي المشاهد بطبيعة البرامج المختلفة, بحيث يختار البرامج التي تنمي لديه الأخلاق, والمعرفة, التي تعمل على توعية المتلقي في مجالات الحياة المختلفة, وترشده إلى طريق الخير والصلاح, والالتزام بقواعد الدين الصحيحة وتعاليمه، كما ورد كثير من البرامج المفضلة للمشاهدة كالمسابقات, والبرامج الحوارية, والفتاوى, وبرامج الأطفال والدراما, والبرامج الوثائقية. وجميع ما ذكر سابقاً يعبر عن أنماط مختلفة لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية من قبل طلبة الجامعات الأردنية.

مع العلم بأن نتيجة هذا السؤال قد تعارضت واختلفت مع نتيجة دراسة **الحسن (2008)**, التي أظهرت أن الهدف الأبرز للمشاهدة من قبل طلبة الجامعات الأردنية للمحطات الفضائية هو

الترفيه والتسلية وقتل الفراغ والملل، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها **مزيد (2006)**؛ حيث أظهرت دراسته أن أهم المواد التي يفضل المراهقون مشاهدتها على الفضائيات, هي المنوعات والأغاني والموسيقى بنسبة (54.2%) ويأتيها مباشرة المباريات الرياضية بنسبة (48.6%).

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني : ما ابرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها ؟

لقد أظهرت نتائج هذا السؤال ابرز القنوات الفضائية التي يفضل الطلبة مشاهدتها كقناة اقرأ والعفاسي , وطيور الجنة , والأقصى , والهدى , وصفا , ومكة وغيرها من القنوات. فالفضائيات الإسلامية هي التي تكون المرجعية الإسلامية في رسالتها, وهي الضابط الوحيد الذي يجب أن توفره لكل البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات.

فالفضائيات الإسلامية تقوم على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة, وتكوين المجتمع الإسلامي المتماسك المبني على عقيدة الإسلام, وهذا ما أكد عليه (عوض,2008) بأن مرجعية الإسلام ضرورية لوجود رؤية شاملة للقنوات الفضائية الإسلامية. وتستقطب مثل هذه القنوات مشاهدة الطلبة لها وذلك لمضامين هذه القنوات، ومن أهمها السعي نحو جعل قناة عربية تستقطب كل المواطنين العرب, من خلال قضاياهم واهتماماتهم وتوطيد أواصر الأخوة العربية, من خلال التواصل معهم, فضلاً عن التزامها بالقيم والمبادئ الأخلاقية, المستوحاة من الشريعة الإسلامية, والعمل على تحرير هذه المبادئ والتقاليد من براثين الإعلام الغربي.

وكانت أعلى نسبة لقناة الرسالة حيث بلغت (79%) ويعزى ذلك إلى تميز هذه القناة ببرامجها وطبيعتها المؤثرة في شخصية الطالب , حيث تحمل الهوية الإسلامية السمحة؛ فالإعلام الديني بعد إطلاق قناة الرسالة لم يعد كما كان في السابق, ولا يفي بالغرض المرجو منه, بل ارتفعت بمستوى البرامج الدينية وأصبحت مثالاً يحتذى للقنوات الأخرى؛ حيث تهدف

قناة الرسالة إلى تغيير المشاهد باستخدام منهجية التغيير, التي تركز على المبادئ مثل الأفكار والهوية والقناعات والقيم، وكذلك تسعى إلى تغيير الاهتمام بالثقافة والقراءة والاهتمام بالتربية وبالعلوم المعرفية والثقافية.ولا ننسى دورها في تغيير المهارات؛ إذ إن الاهتمام بالمهارات في العالم العربي ضعيف إلى حد ما, ويمكن للقناة أن تساهم في زيادة الوعي بأثر المهارات, ويمكن أن تعمل على تنمية بعضها لدى المشاهد؛ كالمهارات الإدارية وفنون القيادة والمهارات الفنية كالتدريب والتنسيق والتنظيم بالإضافة إلى المهارات الشخصية كالقيادة.

وتتميز قناة الرسالة بركيزتين أساسيتين : تغليب الكيف على الكم , وطريقة برنامجية ذكية استهدفت المشاهد المستهدف في الوقت المناسب (قناة الرسالة 2009).

ثم جاءت قناة اقرأ الفضائية بنسبة (67%) وهي نسبه أيضاً عالية وهي من القنوات الإسلامية المشهورة أيضاً ببرامجها الإرشادية والتوعية, وتأثيرها على الشخصية الإسلامية, من خلال برامجها المتنوعة فتقدم البرامج اللادرامية وهي تتمثل عادة في البرامج الفكرية والمسابقات والألعاب والبرامج الدرامية, تقدم أسبوعاً بعد أسبوع وقد تكون ارتجالية أو نصف مكتوبة, ولا تحتاج بروفات كثيرة ولا يحتاج إعدادها وقتاً طويلاً, بالإضافة إلى برامج المناقشات كالمناقشة مع شخصية بارزة, وكذلك استضافة شخصيات لديهم معلومات عن الموضوع المطروح, وكذلك تقديم المناقشات الجماعية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث : ما القنوات التي لا يَعُدَّها الطلبة قنوات إسلامية ؟

أشارت نتائج هذا السؤال إلى وجود عدد من القنوات الإسلامية كقناة الرسالة ,اقرأ , ومكة, والعفاسي , وطيور الجنة , وساهور , والفجر , والمجد وغيرها من القنوات الإسلامية الأخرى.

كما ظهرت أعلى نسبه لأبرز القنوات التي لا يَعُدَّها الطلاب قنـوات إسـلامية كانـت ("كربلاء")حيث بلغت (25%), وبعدها قناة المنار بنسبة (18%)، وقد يعزى ذلك إلى طبيعة هذه القنوات؛ إذ إن قناة كربلاء محسوبة في نهجها على المذهب الشيعي وأغلب الطلبة الذين جـرى عليهم البحث هم من الطلبة السنة, وهذا يعني أن اهتمامهم بالقنوات الـسنية ومـشاهدتها مـن المفترض أن يكون بشكل أكبر من غيرها من القنوات ، وكذلك قد يعزى سبب عدم عَـدٍّ قنـاة المنار من القنوات الإسلامية أنها تُعَدُّ قناة ذات طابع سياسي إخباري, وليست قنـاة ذات طـابع دعوي إرشادي.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع : إلى أي مدى تطرح الفـضائيات الإسـلامية مشاكل طلبة الجامعات الأردنية وهمومهم ؟

إن القنوات الإسلامية ضرورية في وقتنا الحالي في ظل الظروف والمتغييـرات التـي تحصل, حيث إن هذه القنوات تتوجه بخطابها وبرامجها إلى كل شرائع المجتمع من أطفال وكبار وأميين ومتعلمين ذكوراً وإناثاً , فهي تُعَدُّ عوضاً عن دروس المساجد والمراكز الإسلامية.

ومن بين هذه القنوات : قناة الرسالة الإسلامية , حيث أظهرت نتائج هذا السؤال تقييمـاً لهذه القناة من ناحية المضمون , إذ يفضل كثير من الطلاب هذه القناة على غيرها لأنهـا تقـدم برامج تلائم جميع اتجاهات المسلمين, وكذلك تقدم علماء ودعاة بارزين ومشهورين في العـالم الإسلامي, وهذا ما يزيدها تميزاً ؛ إذ يكون لهم الدور الأكبر في التأثير على الطلاب بأسـاليب الإقناع بالمضمون الصحيح والصادق،

وقد أشارت النتائج إلى أن فقرة "اختيار قناة الرسالة لهذا الاسم يُعَدُّ موفقا " كان له أعلى متوسط حسابي وقد بلغ (4,35) وهي درجة عالية، ويعزى ذلك إلى تعبير كلمة الرسالة وهـي

"الإسلام " الذي جاء به النبي صلى الله عليه وسلم , فهي تعمل على إيصال رسالة من مرسـل وهي هذه القناة ببرامجها وشخصيتها إلى المستقبل وهم المشاهدون المستمعون (نصر 2007).

أما بالنسبة لتقييم قناة الرسالة من ناحية الشكل فقد أظهرت النتائج تميز قنـاة الرسـالة بتقديم حديث وعصري، ولباس المقدمين لباس يتناسب مع الدين الإسلامي , والالتزام باللبـاس الشرعي للمرأة, وكذلك الاهتمام بالديكورات المناسبة للمواضيع المطروحة. وهذا يتفق مع مـا كتبه **الكفاوين (2008)** في محاولة قناة الرسالة في الجمع ما بين معادلة الإبداع والأصـالة ، والموازنة مابين الاحتراف والالتزام, وبين بعض سياسات القناة بما يخص المرأة والموسـيقى. وكان أعلى متوسط حسابي للفقرة " لغة مقدمي البرامج مفهومة وواضحة"حيث بلغـت (4,29) ويعزى ذلك إلى أنها قناة تحرص على نشر العلم والدين لذلك كان لا بـد لهـا مـن الالتـزام والاهتمام بلغة مقدمي البرامج, بحيث تكون هذه اللغة واضحة ومفهومـة وفـي الوقـت نفـس صحيحة و سليمة من الأخطاء قدر المستطاع لتصل المعلومة للمـشاهد بالـشكل والمـضمون الصحيح. وهذا يتفق مع دراسة **جبر (1998)** حول برامج الشباب في التلفزيون الأردني؛ حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن مقدمي برامج الشباب قد اعتمدوا في حديثهم على استخدام اللغـة العربية الفصيحة بنسبة مرتفعة وهذا ما فضله الجمهور واستحسنه في عينة الدراسة.

وقد كان لفقرات تقييم قناة الرسالة من ناحية التفاعل أعلى متوسط حسابي لفقـرة "أجـد مساحة التفاعل بين المشاهدين وبرامج قناة الرسالة إيجابية" حيث بلغ (3,95) وهي تعبر عـن درجة عالية، وهذا يعزى إلى مدى تأثير هذه القناة على شخصية الطالب, ولأنها تسلط الـضوء على, الأحداث الساخنة, كما يجد المشاهد المتعة في متابعتها, وقد يلجأ إلى مراسلتها بالرسـالة القصيرة والمشاركة عبر الهاتف. فقد أطلقت قناة الرسالة برامج مناسبة لحاجة الجمهور؛ ففـي

برامج الشباب قدمت برنامج الحياة حلوة يا شباب الذي يخاطب كلا الجنسين ونال إعجاب الطرفين؛ لأنه يطلق مواهب الشباب وطاقاتهم.

وهذا ما أكده (نصر,2007) بأن ما تريد قناة الرسالة تقديمه هو منتج متكامل و مناسب يصلح أن يكون منهج حياة .

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس : هل توجد فروق في أدوات المشاهدة وأنماطها عند طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية تحديداً تعزى لخصائصهم الديمقراطية؟

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) في مكان مشاهدة التلفاز قناة الرسالة في المنزل أو عدد ساعات المشاهدة يومياً من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات تعزى لمتغيير الجنس ولصالح الإناث، ويعزى ذلك إلى اهتمام الإناث أكثر بمشاهدة التلفاز حيث تبقى الإناث في المنزل أكثر من الذكور ولا تخرج إلا في أوقات محددة كالذهاب إلى الجامعة مثلاً , فتكون الواجبات التي تؤديها داخل المنزل أكثر من خارجه.

وكذلك أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) عند الفترة المفضلة للمشاهدة للتلفاز تبعاً لمتغيير الجنس وكانت على النحو الآتي :

فترة الفجر (من 4–7 صباحاً) وفترة الظهيرة الثانية (من 1–3), وفترة المساء المتأخر (11–4صباحاً) كانت لصالح الذكور, بينما فترة الصباح (7–10)وفترة العصر (3–5) وفترة المساء (5–8) وفترة السهرة (8–11) كانت لصالح الإناث. وهذا يتفق مع دراسة **الحسن (2008)** في أن الفترات الأكثر مشاهدة لدى طلبة الجامعات الأردنية هي فترة السهرة من (8–11) .

وكذلك أظهرت النتائج فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالــة (0,05) لــدافع كسب الحسنات , والفتاوى, والتوعية الدينية, واستثمار الوقت, وسماع القرآن, والحصول علــى معلومات من مشاهدة القنوات الإسلامية لمتغيير الجنس لصالح الإناث. حيث يختلف الطلاب في دوافع مشاهدتهم للقنوات الإسلامية, فمنهم من يشاهدها من أجل استثمار وقته وعدم إضاعة وقت الفراغ هدراً, ومن الدوافع الأخرى الحصول على الفتاوى المتعلقة بكثير من الأمور وبــالأخص الإناث؛ حيث تسأل عن فتاوى تخص عمل المرأة, ولباسها, وحياتها الزوجيــة, والتعامــل مــع أولادها, ومع الآخرين, هذا يصب بالنهاية في تقوية التوعية الدينية للإناث، كذلك فإن العاطفــة عند النساء والميل نحو سماع المواعظ والقصص والدروس الدنية هي أوضح منها عند الرجال . فالتلفاز أصبح من أكثر وسائل الإعلام أهمية؛ لما له من تأثير مباشر على حياة أفراد المجتمع كافة، فلذلك لا بد من ضبط برامج هذا الجهاز بما يتفق ومنهجنا الديني وأخلاقيــات مجتمعنــا وعاداته وهذا ما أكده (احمد,2008) بأن التلفاز من الوسائل الإعلامية التي لها تأثير على حياتنا؛ فالتلفاز يؤدي دوراً تعليمياً للأبناء والبنات سواءً في المدارس أم في الجامعات، وقد يكون دورها أكثر من دور المعلمين.

كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05)لمشاهدة القنوات الإسلامية, ولدوافع المشاهدة ولنوع القنوات الفضائية تبعاً لمتغيير مستوى الدخل, وكانت لصالح ذوي الدخل أقل من (300). وكذلك أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي ومتغيير البرامج المفضلة للمشاهدة في برامج الفتاوى والإرشادات والتوعيــة لصالح طلبة السنة الثانية, وأنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي مــع متغيير البرامج المفضلة للمشاهدة (لبرامج الأطفال). ويعزى ذلك إلى اهتمام الطلبة في السنوات الأولى بمثل هذه البرامج لحاجتهم إلى التثقيف والتوعية والإرشادات, من أجل معرفــة الحيــاة

الجمعية ومواجهة ما يواجهونه من مشاكل دراسية واجتماعية داخل الجامعة وخارجها, فلــوحظ الدور الذي تقوم به مثل هذه القنوات بصقل شخصية الطالب, وخصوصاً طلاب السنوات الأولى من الدراسة الجامعية، وتسعى هذه القنوات إلى التأثير فيهم وتــوجيههم نحــو القــيم الأفــضل والأخلاق الحميدة, وإعدادهم لمستقبل جيد ومثمر وقائم على الانتماء للوطن, كما أنهــا تعــالج قضايا الشباب ومشاكلهم وواجباتهم، وتحذرهم من الانحراف. وقد تكون علــى شــكل بــرامج توعوية أو ترفيهية ذات قيمة وهدف . وأما بالنسبة لبرامج الأطفال فغالباً ما تقــوم المحطــات الإسلامية في هذه البرامج بإطلاق أفلام كرتونية تكون تعليمية توعوية مناسبة لتفكير الأطفــال وتساعد في إعداد جيل مثقف واعٍ وتنشئة هذا الجيل على النهج القويم الصحيح .

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، ومن أهمها:

- عرض البرامج الأكثر تفضيلاً لدى مشاهدي قناة الرسالة الفضائية مثل البرامج الإرشادية والتوعوية في الفترات المفضلة لهم مثل:- الفترة الصباحية (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً).
- التركيز على البرامج الشاملة والمنوعة والمسابقات, وبثها على القنوات الفضائية الإسلامية بشكل عام وفي قناة الرسالة الفضائية بشكل خاص.
- البحث عن البرامج التي تجذب المشاهدين مثل البرامج الحوارية، والتركيز على فئة الشباب, بالإضافة إلى بث البرامج التي تحظى باهتمام الشباب وحاجاتهم وتركيز عليها.
- التركيز على البرامج التفاعلية بخاصة التي تكون على الهواء مباشرة, والتي يتم فيها التواصل مع الجمهور من خلال الاتصالات ، لأن هذه البرامج التفاعلية غالباً ما تكون سبباً في استقطاب الجمهور .
- العمل على تقديم برامج خاصة بالإناث يطرح فيها كل ما يتعلق بأمور المرأة الخاصة والعامة ، خصوصاً بعدما تبين أن نسبة الإناث هي النسبة الأكبر مشاهدة للقنوات الإسلامية, وأن عدد ساعات المشاهدة بالمقارنة ما بين الذكور والإناث, كانت عدد ساعات المشاهدة عند الإناث أكثر من الذكور.
- العمل على توحيد الجهود مابين القنوات الإسلامية لصناعة إعلام إسلامي فضائي يقوى على تحدي الغزو الفكري والثقافي, ويواجه القنوات الفضائية التي تبذل قصارى جهدها في الفساد والإفساد الأخلاقي والفكري، ونظر القنوات الإسلامية بعضها إلى البعض على أساس نظرية التكامل لا التفاضل .

- توفير برامج تحقق الترفيه والتسلية للمشاهدين في الفضائيات الإسـلامية؛ لأن الترفيـه من أهم وسائل استقطاب المشاهدين، ولا يقصد بالترفيه هنا الترفيه أو التسلية من غيـر فائدة أو قيمة.
- العمل على تدريب العاملين في حقل الإعلام الإسلامي والفضائيات الإسلامية ، بـشكل دوري و مستمر وعلى أحدث تقنيات الإعلام الحديثة ، والاهتمام بالشكل الإخراجـي ، وتحسين أداء الجودة في الفضائيات الإسلامية .
- تقديم الجانب الدعوي وترجيحه على الجانب المادي في العمل الإعلامـي الإسـلامي ، وهذا لا يتعارض, ولا يعني إغفال الجانب المادي في العمل الإعلامي.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

- إبراهيم ، عمر الخير ، (2008) ، تجربة الفضائيات الإسلامية بين حقيقة الخطاب الإسلامي وواقع المسلمين ، مركز دراسات الإسلام و العالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير الدولية للمؤتمرات، الخرطوم، السودان.
- أبو الهيجاء، أحمد سيف الدين. (2009).العوامل المؤثرة في قرار تفضيل المشاهد الأردني للقنوات الفضائية العربية، دراسة ميدانية في مدينتي عمان وإربد، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، عمان.
- أحمد ، البدوي الفاضل (2008) ، البرامج الإسلامية في القنوات الفضائية والقنوات الإسلامية المتخصصة ، مركز دراسات الإسلام و العالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير الدولية للمؤتمرات، الخرطوم، السودان.
- أحمد، محمد (2008)، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية، (ط1)، العامرية إسكندرية: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- إمام،د. إبراهيم.(1985)، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر. القاهرة
- البكري، إياد شاكر. (1999)، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- البكري ، طارق أحمد (2007) ، أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد والمجتمعات ، مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها ، جامعة الكويت، كلية الشريعة.

- جبر، رانية أحمد (1998). برامج الشباب في التلفزيون الأردني: تحليل المضمون. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- حضير محمد، (1996م). الإسلام الذي أسيء فهمه. ترجمة عوض إبراهيم عوض، المركز الإفريقي العربي سندرن برهارد، كوالالمبور.
- حجاب، محمد منير (2008). وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. ط1، دار الفجر، القاهرة.
- الحديد، علي يحيى (2006). دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعة الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- الحسن، نديم ربحي محمد. (2008). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية. رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا. عمان. الأردن.
- خضور، أديب. (1998). مساهمة القنوات الفضائية العربية في صد الغزو الثقافي الأجنبي. دراسة منشورة في القنوات الفضائية العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس.
- الدواوسة، صلاح رشاد (2002)، استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر.

- الرواس، أنور محمد (2003)، استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربيـــة، والإشباعات المتحققة. دراسة غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعيـــة، جامعـــة السلطان قابوس، سلطنة عُمان.

- الزعبي، لطفي محمد (1992)، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

- سلامة، محمود حماد حمدان (1995). واقع الفيديو والتلفزيون التربوي فـــي المـــدارس الثانوية الحكومية لعمان الأولى: نموذج مقترح للتطوير. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

- السني، فتحي رمضان (2007). تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الأساسية للأسرة: دراسة ميدانية. البحوث الإعلامية، العدد 39.

- الضاري، مثنى (2007). الإعلام الإسلامي الواقع والطموح: بحوث وأوراق عمل لعدة مؤلفين. دار الفجر، القاهرة.

- الطاهر، الرشيد إسماعيل (2008) ، دور القنوات الفضائية وأثرها على الشباب ، مركز دراسات الإسلام و العالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير الدولية للمؤتمرات، الخرطـــوم، السودان.

- عبد الحليم، خولة يحيى (1980)، أنماط وعادات مـــشاهدة التلفزيـــون عنـــد الطفـــل الأردني. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

- العبد، عاطف عدلي (1993)، الاتصال والرأي العام. القاهرة: دار الفكر العربي.

- عبيدات، ذوقان عبد الله (2003)، الفضائيات والإنترنت: معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيزاً للإيجابيات. دراسة منشورة، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، السعودية.
- عطوان، فارس(2008). الفضائيات العربية ودورها الاعلامي. دار أسامة للنشر، عمان.
- العلوان، علي عبد الله (2007)، العوامل المؤثرة على تبني المستهلك الأردني لتكنولوجيا الخدمة الذاتية: تكنولوجيا الصراف الآلي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان الأردن.
- عوض، إبراهيم عوض (2007م). (الإعلام الدعوي في عصر العولمة وثورة الاتصال)، مجلة (تَفَكُّرْ) الصادرة من معهد إسلام المعرفة بجامعة الجزيرة، العدد رقم 2، المجلد 8، 1428هـ.
- عوض إبراهيم عوض (1996م)، لغة الإذاعة، دار جامعة الخرطوم للنشر،.
- عوض، إبراهيم عوض (2008).القنوات الفضائية الإسلامية، رؤى تقويمية. ورقة مقدمة في ندوة (القنوات الفضائية الإسلامية، رؤى تقويمية)، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير الدولية للمؤتمرات، الخرطوم، السودان.
- العوير، محيي الدين خير الله. (2007). أثر الإعلام المعاصر في العقيدة والتربية والسلوك. ط1، دار النهضة، دمشق.
- العياري ، المنصف ، (2006) ، القنوات التليفزيونية العربية المتخصصة ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس .

- العياري، المنصف (2006). قنوات القطاع الخاص العربيـــة: المقتربـــة الكميـــة .. أو المهمة المستحيلة، الإذاعات العربية، العدد 3 لعام 2006.
- قناة الرسالة الفضائية. (2009).الكـــتاب الـــسنـــــوي: "عام القفزة الثالثة" 2009.
- الكفاوين ، هاشم (2008) ، تجربة قناة الرسالة الفضائية ، مركز دراسات الإسلام و العالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير الدولية للمؤتمرات، الخرطوم، السودان.
- مزيد، محمود (2006)، دراسات في إعلام الطفل، (ط1)، الهرم: الدار العالمية للنـــشر والتوزيع.
- المقري، أحمد بن محمد بن علي. (2000). المصباح المنير. المكتبة العلمية، بيروت.

المواقع الالكترونيـــة

- الفوزان، عبد العزيز بن فوزان.(2007). الإعلام: رسالة المرأة. رسالة الإسلام. موقع إلكتروني:(http://www.islammessage.com)
- القحطاني، سالم بن علي. (2006). أثر القنوات الفضائية العربية, موقـــع إلكترونـــي: (www.saaid.net).
- وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، (2008)، التمهيد. استرجعت من الموقع الآتي: http://mahawer.al-islam.com/Display.asp.
- نصر، شيرين.(2007). قناة الرسالة: لن أعيش في جلباب "اقرأ". شبكة الدهشة، موقع إلكتروني:http://www. dahsha.com.
- موقع قناة الرسالة الفضائية: www.alresalah.net

المراجع الأجنبية:

1. Anonymous, (March 19, 2008). Favorite TV Channel Survey: Digital/Satellite Channels. From: http://brandtao.wordpress.com.
2. Bradley, Ann, (March 16, 2005). Media-Use Study Finds Youths Increasingly Multi-Tasking. Education week, Vol. 24, Issue 27, p. 4.
3. Lee, Barbara, and Lee, Robert S (1995) How and Why People Watch TV: Implications for the Future of Interactive Television., Journal of Advertiding Research, vol. 35 Issue 6, p9-18.
4. Reiss, Steven, and Wiltz, James (2001) WHY AMERICAN LOVES REALITY TV, Business Source Complete (EBSCO Industries, Inc), vol. 34, Issue 5.
5. Robison, Gordon, (June 2005). The Rest of the Arab World. USC Center on Public Diplomacy, University of Southern California, Los Angeles, California. From: www.uscpublicdiplomacy.org.

ملحق (1)

الاستبانة بصورتها النهائية

بسم الله الرحمن الرحيم

استبـــانــــــة

يجري الباحث دراسة ميدانية حول

"**عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة الفضائية أنموذجاً**"

كمتطلب لنيل درجة الماجستير في الإعلام، في جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليـــا في عمان علماً بأن عينة الدراسة مكونة من (500) طالب وطالبة من مختلــف التخصــصات الأكاديمية في مختلف الجامعات الأردنية، راجياً تعاونكم بالإجابة على أسئلة هــذه الاســتبانة، مؤكداً على أن المعلومات والبيانات التي ستدلون بها لن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي فقط.

مع وافر الشكر والتقدير لتعاونكم

الباحث

إبراهيم ناصف

يرجى وضع إشارة (√) داخل المربع الذي يعبر عن إجابتك، أو الأقرب لها.

الجزء الأول : البيانات الديموغرافية				
1- الجنس :				
☐ ذكر	☐ أنثى			
2- المرحلة الدراسية :				
☐ بكالوريوس.	☐ ماجستير	☐ دكتوراه		
3- الفئة العمرية :				
☐ أقل من 19 سنة	☐ من 19 إلى 22		☐ من 23 إلى26	
☐ من27 إلى 30		☐ أكبر من 31 سنة		
4- نوع الجامعة :				
☐ حكومية (▫ الأردنية ▫ اليرموك ▫ مؤتة)		☐ خاصة (▫ جدارا ▫ البترا)		
5- الكلية :				
☐ الآداب	☐ العلوم الإدارية	☐ الحقوق	☐ الشريعة	☐ الطب
☐ الصيدلة	☐ الهندسة	☐ العلوم	☐ الزراعة	☐ الإعلام
☐ الفنون الجميلة	☐ التمريض العلوم التربوية	☐ علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات	☐ العلوم الاجتماعية والإنسانية	☐ التربية الرياضية
☐ التربية	☐ الآثار	☐ مالية ومصرفية		☐ أخرى:..................
6- مكان الإقامة الدائم				
☐ مدينة	▫ قرية	▫ بادية	▫ مخيم	☐ أخرى:.....
7- الدخل الشهري				
☐ أسرة	☐ فردي			
8- مستوى الدخل الشهري بالدينار الأردني				
☐ أقل من 300	☐ 300 - 449	☐ 450 - 599	☐ 600 - 749	☐ 750 وأكثر
9- الديانة				
☐ لإسلام	☐ المسيحية	أخرى:		
الجزء الثاني : عادات المشاهدة				
10- هل تشاهد التلفاز؟				
☐ نعم	☐ لا			
11- . هل تشاهد القنوات الفضائية				
☐ نعم	☐ لا			
12- مكان مشاهدة التلفاز				
☐ المنزل	☐ النوادي	☐ المطاعم	☐ لدى الأصدقاء	☐ المقاهي
☐ لدى الأقارب والجيران	☐ السكنات الطلابية			
13- هل تشاهد القنوات الفضائية الإسلامية ؟ (إذا كانت الإجابة (لا) : يرجى تسليم الاستبانة و شكراً)				

☐ نعم	☐ لا			
14- هل تشاهد قناة الرسالة الفضائية؟ (إذا كانت الإجابة (لا) : يرجى عدم الإجابة على الأسئلة المتعلقة بقناة الرسالة)				
☐ نعم	☐ لا			
15- عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً				
☐ أقل من ساعة	☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين	☐ من ساعتين إلى أقل من ثلاث	☐ من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع	☐ أربع ساعات وأكثر
16- عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً				
☐ من ربع ساعة إلى نصف ساعة	☐ من نصف ساعة إلى ساعة	☐ من ساعة إلى ساعتين	☐ أكثر من ساعتين	
17- الفترة المفضلة للمشاهدة هي: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)				
☐ فترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى 7 صباحاً)	☐ فترة الصباح (من 7 صباحاً إلى 10 صباحاً).			
☐ فترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى 1 مساء)	☐ فترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى 3 مساء)			
☐ فترة العصر (من 3 مساء إلى 5 مساء)	☐ فترة المساء (من 5 مساء إلى 8 مساء)			
☐ فترة السهرة (من 8 مساء إلى 11 مساء)	☐ فترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى 4 صباحاً)			
18- ما الدافع لمشاهدة القنوات الإسلامية : (يمكن اختيار أكثر من بديل)				
☐ كسب الحسنات	☐ لمعرفة الفتاوى الشرعية	☐ معرفة التاريخ الإسلامي	☐ التوعية الدينية بشكل عام	☐ استثمار وقت الفراغ في شيء مفيد
☐ غير ذلك: (اذكره)..				
19- نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك				
☐ الشاملة :- برامجها شاملة ومنوعة				
☐ المتخصصة :- متخصصة بنوع معين من المواد الإعلامية مثل قنوات القران الكريم				
☐ التفاعلية :- (مسابقات/ دردشة/ الرسائل القصيرة)				
20- البرامج المفضلة للمشاهدة : (يمكن اختيار أكثر من بديل)				
☐ الفتاوى	☐ الإرشاد والتوعية	☐ المقابلات	☐ الندوات والمناقشات	☐ المسابقات
☐ الحوارية	☐ الدراما	☐ الوثائقية	☐ البرامج المباشرة	
☐ العلمية	☐ تلفزيون الواقع	☐ برامج الأطفال	☐ البرامج الإنشادية	

21- أكثر عشرة فضائيات إسلامية مما ذكر في القائمة أدناه تفضل مشاهدتها حسب الأهمية :

الأكثر تفضيلاً ⬅······· إلى أقل تفضيلاً		اسم المحطة	رقمها بالقائمة
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	10		

أخرى لم ترد في القائمة

____

____

____

22- الفضائيات التي لا أعَدُّها إسلامية مما حدد في القائمة أدناه هي :

1	
2	
3	
4	
5	

قائمة بالقنوات الاسلامية				
1- الرسالة	2- اقرأ	3- طيور الجنة	4- العفاسي	5- الفجر
6- المجد العامة	7- الأقصى	8- الهدى	9- الناس	10- الرحمة
11- الحكمة	12- الحافظ	13- صفا	14- مكة	15- 4 شباب
16- شدا	17- راما	18- الصوفية	19- مواهب وأفكار	20- الراية
21- كراميش	22- طيبة	23- نور دبي	24- حياتنا	25- العالم
26- المجد للحديث الشريف	27- العفاسي للقرآن الكريم	28- المجد للقرآن الكريم	29- الجزائر 5 للقرآن الكريم	30- طفلي الحبيب
31- المنار	32- الشارقة	33- التلفزيون السعودي	34- البدر	35- البداية
36- الهداية ليبيا	37- كربلاء	38- المعارف	39- التواصل	40- هنيبعل الفردوس
41- ساهور	42- أهل البيت	43- الدليل	44- الفرقان	45- السادسة
46- المنهل	47- بغداد	48- الرافدين	49- أعمال	50- المستقلة
51- الأنوار	52- سنا	53- هادي	54- الروح	55- القدس
56- صدى الاسلام	57- سهيل	58- مسك	59- البداية	60- مكة
61- المعالي	62- الشباب	63- شاعر الرسول	64- الخليجية	65- peace

الجزء الثالث : تقييم القنوات الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية

	القنوات الإسلامية بشكل عام	موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
1	القنوات الإسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن					
2	تحظى القنوات الإسلامية بإعجاب المشاهدين					
3	تتوجه القنوات الإسلامية بخطابها وبرامجها لكل شرائح المجتمع					
4	تقدم القنوات الإسلامية بديلاً عن دروس المساجد والمراكز الإسلامية					
5	تطورت البرامج الإسلامية بشكلها ومضمونها عما كانت عليه في السنوات السابقة					
6	أتوقع مستقبلاً إيجابياً للقنوات الإسلامية يجعلها تحتل المراتب الأولى بين القنوات العربية المشاهدة					
7	في حال حذف القنوات غير الإسلامية من قائمة القنوات، فإن القنوات الإسلامية بمفردها تلبي رغبتي					
8	المشاهدة الجماعية البيتية تعطي الأسرة أماناً على ابنائها					
9	أسماء القنوات الإسلامية يعبر عن محتواها					
	قناة الرسالة من ناحية المضمون	موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
10	اختيار قناة "الرسالة" بهذا الاسم يُعَدُّ موفقاً					
11	أفضل قناة "الرسالة" على غيرها من القنوات الإسلامية					
12	تستضيف قناة الرسالة دعاة متميزين من كل الدول العربية والإسلامية					
13	تقدم قناة الرسالة برامج تلائم جميع اتجاهات المسلمين ومذاهبهم					
14	أثق بقناة الرسالة ومضمونها					
15	وجود برامج لعلماء ودعاة بارزين في قناة الرسالة دليل على سلامة منهجها					
16	غيرت قناة الرسالة من سلوكي بشكل إيجابي وملحوظ وجعلتني أكثر التزاماً					
17	أحض الناس على متابعة قناة الرسالة					
18	عدم وجود نشرات إخبارية ضمن بث قناة الرسالة عمل إيجابي					
19	برامج قناة الرسالة موجهة للنخب					
20	تبث قناة الرسالة مواد وبرامج شاملة متنوعة					

21	امتلاك صاحب قناة الرسالة لشبكة روتانا بمختلف قنواتها يُعَدُّ تناقضاً ومأخذاً عليها					
22	إدارة قناة الرسالة من قبل داعية إسلامي يعطيها مصداقية					
23	ساهمت قناة الرسالة في نشر الأخلاق الحميدة بمختلف جوانبها					

	قناة الرسالة من ناحية الشكل	موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
24	لغة مقدمي البرامج في قناة الرسالة مفهومة وواضحة					
25	يحفزني وجود مقدم شاب لمتابعة الدروس الدينية الخاصة به أكثر من غيره					
26	أفضل مشاهدة مقدمي البرامج الدينية بلباس عصري حديث					
27	أفضل مشاهدة مقدمي البرامج الدينية ملتحين					
28	لا مانع من استضافة داعيات يقدمن الدروس الدينية على قناة الرسالة					
29	ملابس مقدمي قناة الرسالة يعبر عن الأنموذج الصحيح للباس الإسلامي					
30	تتسم البرامج الشبابية في قناة الرسالة بالإبداع					
31	البرامج التي تقدمها قناة الرسالة تجذب اهتمامي					
32	قناة الرسالة متجددة بشكل دوري					
33	أجد أن قناة الرسالة تتميز بالإبداع من ناحية الإخراج والشكل الفني					
34	هناك فرق بين برامج قناة الرسالة من ناحية الشكل الفني والتقني والأفكار وبين غيرها من القنوات الإسلامية الأخرى كون قناة الرسالة حاصلة على شهادة الآيزو					
35	تهتم قناة الرسالة كثيراً بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها					
36	وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة الرسالة ولأناشيدها يشد انتباهي أكثر					
	قناة الرسالة من ناحية التفاعل	موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
37	أجد الهدف الأول من الخدمات الدينية المقدمة عبر اشتراكات الموبايل لخدمات تحميل مواد دينية هو دعوي وليس تجارياً					
38	أشارك بإرسال رسائل نصية قصيرة sms عبر قناة الرسالة					
39	الإعلانات التجارية في قناة الرسالة تخضع للضوابط الشرعية					
40	أجد المتعة والترفيه في قناة الرسالة					
41	أجد مساحة التفاعل بين المشاهدين وبرامج قناة الرسالة إيجابية					
42	تحرص قناة الرسالة على المشاركة في الاحتفالات الجماهيرية الإسلامية					
43	تسلط قناة الرسالة الضوء على الأحداث الساخنة					

ملحق (2)

الاستبانة بصورتها الأولية

بسم الله الرحمن الرحيم

استبـانـــة

يقوم الباحث بإعداد دراسة حول " **عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الإردنية للقنوات الفضائية الإسلامية : قناة الرسالة الفضائية أنموذجاً** " كمتطلب لنيل لدرجة الماجستير في الإعلام، بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا في الأردن ، فإن الباحث يرجو تعاونكم ، علماً بأن المعلومات والبيانات التي سيتم الحصول عليها هي لغايات البحث العلمي فقط.

مع وافر الشكر والتقدير لتعاونكم

الباحث :
إبراهيم ناصف

يرجى وضع إشارة (√) داخل المربع الذي يعبر عن إجابتك، أو الأقرب لها

البيانات الديموغرافية (الشخصية):

1. **الجنس :**

⑧ ذكر. ⑧ أنثى.

2. **المرحلة الدراسية :**

⑧ بكالوريوس. ⑧ ماجستير. ⑧ دكتوراه.

3. **الفئة العمرية :**

⑧ أقل من 19 سنة. ⑧ من 19 إلى أقل من 21. ⑧ من 21 إلى أقل من23. ⑧ من23 إلى أقل من 25.
⑧ من 25 إلى أقل من 27. ⑧ من 27 إلى أقل من 29. ⑧ 29 و/ أو أكبر.

3. **نوع الجامعة :**

⑧ **حكومية** :- (□ الأردنية □ اليرموك. □ مؤتة.) ⑧ **خاصة** :- (□ فيلادلفيا. □ البترا.)

4. **التخصص الأكاديمي :**

⑧ الآداب. ⑧ العلوم الإدارية. ⑧ الحقوق. ⑧ الشريعة . ⑧ الطب.
⑧ الصيدلة. ⑧ الهندسة. ⑧العلوم. ⑧ الزراعة. ⑧التربية الرياضية.
⑧ الفنون الجميلة. ⑧ التمريض العلوم التربوية. ⑧ علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات.
⑧ العلوم الاجتماعية والإنسانية. . ⑧ أخرى : ....

5. **مكان الإقامة الدائم :**

⑧ مدينة. ⑧ قرية. ⑧ بادية. ⑧ مخيم.

6. **مستوى دخل الاسرة (الشهري / بالدينار الأردني)**

⑧ أقل من 300 ⑧ 300 - 449 ⑧ 450 - 599 ⑧ 600 - 749 ⑧ 750 وأكثر

7. **الديانة:**

⑧ الإسلام. ⑧ المسيحية. ⑧ أخرى: ....

عادات المشاهدة:

8. **هل تشاهد التلفاز؟**

⑧ نعم. ⑧ لا.

9. **هل تشاهد القنوات الفضائية ؟**

⑧ نعم. ⑧ لا.

10. **مكان مشاهدة التلفاز:**

⑧ المنزل ⑧ النوادي. ⑧ لدى الأقارب والجيران. ⑧ لدى الأصدقاء. ⑧ المقاهي ⑧ المطاعم.

11. **هل تشاهد القنوات الفضائية الإسلامية ؟**

⑧ نعم. ⑧ لا :-

إذا كانت الإجابة لا يرجى تسليم الاستمارة و شكراً

12. **هل تشاهد قناة الرسالة الفضائية؟**

⑧ نعم. ⑧ لا:-

إذا كانت الإجابة لا يرجى تسليم الاستمارة و شكراً

13. **عدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً :**

⑧ أقل من ساعة. ⑧ من ساعة إلى أقل من ساعتين. ⑧من ساعتين إلى أقل من ثلاث.
⑧ من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع. ⑧ أربع ساعات وأكثر.

14. **عدد ساعات مشاهدة القنوات الإسلامية يومياً :**

⑧ أقل من ربع ساعة. ⑧ من ربع ساعة إلى أقل من نصف ساعة. ⑧ من نصف ساعة إلى أقل من ساعة.
⑧ من ساعة إلى أقل من ساعتين. ⑧ من ساعتين وأكثر.

15. **الفترة المفضلة للمشاهدة هي: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

⑧ فترة الفجر والصباح الباكر (من 4 صباحاً إلى ما قبل 7 صباحاً).
⑧ فترة الصباح (من 7 صباحاً إلى ما قبل 10 صباحاً).
⑧ فترة الظهيرة الأولى (من 10 صباحاً إلى ما قبل 1 مساء).
⑧ فترة الظهيرة الثانية (من 1 مساء إلى ما قبل 3 مساء).
⑧ فترة العصر (من 3 مساء إلى ما قبل 5 مساء).
⑧ فترة المساء (من 5 مساء إلى ما قبل 8 مساء).
⑧ فترة السهرة (من 8 مساء إلى ما قبل 11 مساء).
⑧ فترة المساء المتأخر (من 11 مساء إلى ما قبل 4 صباحاً).

16. **ما الدافع لمشاهدة القنوات الإسلامية : (يمكن اختيار أكثر من جواب)**

⑧ كسب الحسنات. ⑧ أخذ الفتاوى الشرعية. ⑧ التثقيف بالتاريخ الإسلامي.

⑧ التوعية الدينية بالعموم. ⑧ استثمار وقت الفراغ. ⑧متابعة برامج الداعية المفضل إليّ.

⑧ لعدم الرغبة بمشاهدة القنوات الأخرى. ⑧ غير ذلك: ....

17. **نوع القنوات الفضائية الإسلامية الأكثر مشاهدة بالنسبة لك :**

⑧ الشاملة :- برامجها شاملة ومنوعة

⑧ المتخصصة :- متخصصة بنوع معين من المواد الإعلامية مثل قنوات القران الكريم

⑧ التفاعلية (مسابقات/ دردشة).

18. **البرامج المفضلة للمشاهدة : (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

⑧الفتاوى. ⑧ الإرشاد والتوعية. ⑧ الحوارية. ⑧ الدراما. ⑧ الندوات والمناقشات.

⑧ العلمية. ⑧ المسابقات. ⑧ الوثائقية. ⑧ المقابلات. البرامج المباشرة.

⑧ تلفزيون الواقع.

20. **الفضائيات الإسلامية المفضلة لديك مرتبة حسب الأولوية :**

(يمكن اختيار أية قناة لم ترد بالقائمة)

الأكثر تفضيلا

	اسم المحطة	رقمها بالقائمة
.1		
.2		
.3		
.4		
.5		
.6		
.7		
.8		
.9		
.10		

أخرى لم ترد بالقائمة: ....

....

1- المجد العامة
2- المجد للقرآن الكريم
3- المجد للحديث الشريف
4- العفاسي
5- العفاسي للقرآن الكريم
6- الرسالة
7- اقرأ
8- الهدى
9- الناس
10- الرحمة
11- الحكمة
12- الحافظ
13- صفا
14- مكة
15- 4 شباب
16- شدا
17- راما
18- صفا
19- مواهب وافكار
20- الراية
21- كراميش
22- طيبة
23- نور دبي
24- حياتنا
25- العالم
26- الهداية ليبيا

28- طيور الجنة
29- الفجر
30- الأقصى
31- القدس
32- الحوار
33- المنار
34- الشارقة
35- التلفزيون السعودي
36- البدر
37- البداية
38- الجزائر 5 للقرآن الكريم
39- كربلاء
40- المعارف
41- التواصل
42- هنبيعل الفردوس
43- ساهور
44- أهل البيت
45- الدليل
46- الفرقان
47- السادسة
48- المنهل
49- بغداد
50- الرافدين
51- أعمال
52- المستقلة
53- الأنوار

تقييم القنوات الإسلامية وقناة الرسالة:

	الفقــــــــــرة					
.1	القنوات الإسلامية ضرورية للمسلم في العصر الحالي					
.2	تعدد القنوات الإسلامية يُعَدُّ ظاهرة إيجابية					
.3	تحظى القنوات الإسلامية بإعجاب المشاهدين بشكل كبير					
.4	تتوجه القنوات الإسلامية بخطابها الإسلامي وبرامجها إلى كل شرائح المجتمع					
.5	تقدم القنوات الإسلامية بديلاً عن دروس المساجد والمراكز الإسلامية					
.6	تطورت البرامج الإسلامية بشكلها ومضمونها عن ما كانت عليه فـــي السنوات السابقة					
.7	أسماء القنوات الإسلامية يُعَدّ عن محتواها					
.8	اختيار قناة الرسالة هذا الاسم يعتبر اختياراً موفق					
.9	أفضل قناة الرسالة على غيرها من القنوات الإسلامية					
.10	تغنيني قناة الرسالة عن مشاهدة باقي القنوات الإسلامية					
.11	تستضيف قناة الرسالة دعاة من كل الدول العربية والإسلامية					
.12	تقدم قناة الرسالة برامج تلائم جميع اتجاهات المسلمين ومذاهبهم					
.13	سياسات قناة الرسالة تخاطب كل الشعوب الإسلامية بشكل متوازن					
.14	أثق بقناة الرسالة ومضمونها					
.15	وجود برامج لعلماء ودعاة بارزين بقناة الرسالة دليل علـــى ســـلامة منهجها					
.16	أظهرت قناة الرسالة مجموعة من الدعاة الجدد					
.17	لغة مقدمي البرامج بقناة الرسالة مفهومة وواضحة					
.18	يحفزني وجود مقدم شاب لمتابعة الدروس الدينية الخاصة به أكثر من غيره					
.19	أفضل مشاهدة مقدمي البرامج الدينية بلباس عصري حديث					

20.	أفضل مشاهدة مقدمي البرامج الدينية ملتحين					
21.	نجحت قناة الرسالة في إيصال رسالتها للشباب وبلغتهم					
22.	أقبل باستضافة داعيات على قناة الرسالة					
23.	لا مانع من وجود داعيات يقدمن الدروس الدينية					
24.	لباس مذيعي قناة الرسالة وشكلها يعبر عن أنموذج للباس الإسلامي					
25.	تبث قناة الرسالة مواد وبرامج شاملة متنوعة					
26.	تتسم البرامج الشبابية بقناة الرسالة بالإبداع					
27.	البرامج التي تقدمها قناة الرسالة تجذب اهتمامي					
28.	قناة الرسالة متجددة بشكل دوري					
29.	هل ترى أن الرسالة فيها إبداع وأصالة؟					
30.	أجد قناة الرسالة فيها إبداع من ناحية الإخراج والشكل الفني					
31.	هناك فرق بين برامج قناة الرسالة وغيرها من القنوات الإسلامية الأخرى كون قناة الرسالة حاصلة على شهادة الآيزو					
32.	تهتم قناة الرسالة كثيراً بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها					
33.	أجد المتعة والترفيه في قناة الرسالة					
34.	برامج الأطفال المقدمة في قناة الرسالة كافية					
35.	أجد مساحة التفاعل بين المشاهدين وبرامج قناة الرسالة إيجابية					
36.	بث بعض البرامج بشكل حصري عبر قناة الرسالة يعد سبقاً إعلامياً					
37.	أجد الهدف الأول من الخدمات الدينية المقدمة عبر اشتراكات الموبايل لخدمات تحميل مواد دينية هو دعوي وليس تجارياً					
38.	أشارك دوماً بإرسال رسائل نصية قصيرة smsعبر شريط قناة الرسالة					
39.	الإعلانات التجارية في قناة الرسالة تخضع للضوابط الشرعية					
40.	وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة الرسالة ولأناشيدها يشد انتباهي أكثر					
41.	وجود الموسيقى يُعَدُّ ظاهرة سلبية ومأخذاً على قناة الرسالة					
42.	أحرص دوماً على زيارة الموقع الإلكتروني لقناة الرسالة					

.43	تحرص قناة الرسالة على المشاركة بالاحتفالات الجماهيرية الإسلامية					
.44	تسلط قناة الرسالة الضوء على الأحداث الساخنة					
.45	عدم وجود نشرات إخبارية ضمن بث قناة الرسالة عمل إيجابي					
.46	برامج قناة الرسالة موجهة للنخب					
.47	المشاهدة الجماعية البيتية تعطي الأسرة أماناً على ابنائها					
.48	احرص على معرفة مصدر تمويل قناة الرسالة					
.49	معرفتي لمصدر تمويل قناة الرسالة يؤثر على مشاهدتي لها					
.50	امتلاك صاحب قناة الرسالة لشبكة روتانا بمختلف قنواتها يُعَدّ تناقضاً ومأخذاً عليها					
.51	إدارة قناة الرسالة من قبل داعية إسلامي يعطيها مصداقية					
.52	ساهمت قناة الرسالة في نشر الأخلاق الحميدة بمختلف جوانبها					
.53	ازداد التزامي الديني نتيجة لمتابعتي لبرامج قناة الرسالة					
.54	غيرت قناة الرسالة من سلوكي بشكل إيجابي وملحوظ					
.55	كانت قناة الرسالة الدافع الأبرز لتوبتي والكف عن ارتكاب المعاصي					
.56	أحض الناس على متابعة قناة الرسالة					
.57	أتوقع مستقبلاً إيجابياً للقنوات الإسلامية يشير إلى قدرتها على احتلال المراتب الأولى تفضيلاً عند المشاهدة من بين كل القنوات العربية					
.58	في حال حذف القنوات غير إسلامية من قائمة القنوات، فإن القنوات الإسلامية تلبي رغبتي					

ملحق (3)

قائمة بأسماء المحكمين

تم إجراء اختبار الصدق لأداة البينات (الاستبانة)عن طريق تحكيم الاستبانة من قبل المختصين، وقد تم الأخذ باقتراحاتهم وملاحظاتهم وهم :

1. أ.د.تيسير أبو عرجة / جامعة البتراء.
2. د. هاشم السلعوس/جامعة اليرموك.
3. د.علي القضاة/ جامعة البتراء.
4. د.محمد الكرشي/جامعة الشرق الأوسط.
5. مأمون الجراح/محلل إحصائي –ماجستير قياس وتقييم.

ملحق (4)

نموذج للدورة البرامجية لقناة الرسالة لعام 2009

الرقم	البرنامج	الرقم	البرنامج
1	يسألونك	15	النفس والحياة
2	رجال حول بيت المقدس	16	بيني وبينكم
3	محاضرات عن الحج	17	توقيعات
4	أسعد امرأة	18	يستفتونك
5	الورد القرآني	19	رسالتي
6	وثائقيات	20	الجواب الشافي
7	الكلم الطيب	21	أكاديمية إعداد القادة
8	ورتل القرآن ترتيلاً	22	حراسة القيم
9	حتى يكتمل المشوار	23	يظنون أنهم يحسنون
10	خواطر	24	حوار ملون
11	في حب آل البيت	25	خط الزمن
12	الشوق إلى لقائك	26	أروع القصص
13	مسابقات الباقي عليك	27	ومضات قرآنية
14	صحة الحاج	28	علمتني الحياة

ملحق (5)

التعريف بالقنوات الفضائية الواردة في الدراسة

الرقم	اسم القناة	التعريف
1	الرسالة	وهي قناة فضائية إسلامية تقدم إعلاماً إســلامياً متميــزاً بأفكار إبداعية وبرامج ابتكارية عالية الجودة وفقاً للمعايير والمواصفات العالمية. وموقعها على شبكة الإنترنت هو: http://www.alresalah.net
2	اقرأ	هي قناة فضائية إسلامية مشهورة باسم اقــرأ. وموقعهــا على شبكة الإنترنت هو: http://www.iqraa-tv.net
3	طيور الجنة	قناة فضائية متخصصة في برامج الأطفال تبث عبر قمر النايلسات Nile sat 10873 وتستهدف من خلال برامجها المختلفة الطفل العربي والمسلم ، ويتجاوز عدد مشاهدي قناة طيور الجنة الملايين من الأطفال والأمهات وأولياء أمورهم بسبب تميز برامجها وتنوعها الذي يجذب الصغير والكبير على حد سواء. وموقعها على الإنترنت http://www.toyoraljanah.com
4	العفاسي	وهي قناة فضائية إسلامية خاصة بالقارئ الشيخ مشاري بن راشد العفاسي. وموقعها على شبكة الإنترنــت هــو: http://www.alafasy.tv
5	الفجر	وهي قناة فضائية إسلامية تقدم برامج ومسلسلات وأفلاماً إسلامية. وموقعها على شبكة الإنترنت هو: http://www.fajr.tv
6	المجد العامة	وهي قناة فضائية إسلامية أطلقت في عام 1424 برأس مال قدره 120 مليون ريال سعودي انبثقت عنها سبع قنواتٍ أخرى. وقد قسمت إلى قسمين أحدهما مفتوح والثاني مشفر. وموقعها على شبكة الإنترنت هو:

http://www.almajdtv.com		
وهي قناة إسلامية تبث من قطاع غزة وشعارها " عينك على الوطن " وهي تابعة لحركة المقاومة الإسلامية حماس . وموقعها على الإنترنت http://www. aqsatv.ps	الأقصى	7
وهي قناة إسلامية ناطقة بغير اللغة العربية بحيث تعلم غير العرب أحكام الإسلام وتفهمهم أمور دينهم وموقعها على الإنترنت /http://www.huda.tv	الهدى	8
وهي قناة إسلامية فضائية يظهر فيها الشيخ محمد حسان والشيخ محمد حسين يعقوب والشيخ أبو إسحاق الحويني والشيخ محمود المصري وشعارها شاشة تأخذك للجنة. وموقعها على شبكة الإنترنت هو: http://www.alnas.tv	الناس	9
قناة إسلامية شعارها قوله تعالى : " وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين " وتقوم على منهج فهم الواقع وعدم التعصب . وهدفها إيصال الإسلام بشموله وكماله للناس . وموقعها على الإنترنت http://www.alrahma.tv	الرحمة	10
قناة فضائية تقدم إعلاماً إسلامياً متخصصاً في علوم السنة النبوية وبرامج متميزة وفقاً للمعايير المعتبرة إعلامياً بمنهج إسلامي صحيح. وموقعها على الإنترنت www.**alhekmah**.tv/	الحكمة	11
قناة فضائية متخصصة, هي "كُتّاب" لتحفيظ "القرآن الكريم" في شكل عصري جديد، حيث تم توظيف التكنولوجيا الحديثة لتعليم التجويد والقراءات، بما يوفر الجهد والوقت على الحفظة والمحفظين. وقد اتخذت القناة الوسطية والاعتدال منهجاً، لترسيخ مبادئ القرآن. وموقعها على الإنترنت	الحافظ	12

		www.alhafez.tv/
13	صفا	وهي قناة فضائية تعنى بالمناظرة بين الشيعة والسنة حيث تُعَدّ متخصصة في هذا المجال وموقعها على الإنترنت www.safaa.tv/
14	مكة	
15	4 شباب	وهي قناة فنية شبابية عربية ملتزمة بالحدود القيمية للمجتمع العربي والنابعة من تراثه الثقافي والأخلاقي والديني . وموقعها على الإنترنت http://www.4shbab.tv
16	شدا	
17	راما	
18	الصوفية	
19	مواهب وأفكار	
20	الراية	
21	كراميش	
22	طيبة	وهي قناة فضائية إسلامية قامت على منهج أهل السنة والجماعة. ورؤيتها هي بيان صورة الإسلام السنية الناصعة والتعريف بذلك من خلال الرد على الفرق الإسلامية المخالفة لمنهجها السني. وموقعها على شبكة الإنترنت هو: http://www.taiba.tv
23	نور دبي	
24	حياتنا	
25	العالم	
26	المجد للحديث	وهي قناة فضائية إسلامية تخصصت بالحديث النبوي الشريف وليس القرآن الكريم. وموقعها على شبكة الإنترنت هو: http://www.hadeeth.tv
27	العفاسي للقرآن	
28	المجد للقرآن الكريم	وهي القناة الإسلامية العربية الأولى المتخصصة في تلاوة

		القرآن الكريم طوال ساعات الليل والنهار وفق منهجية خاصة. وموقعها على شبكة الإنترنت هو: http://www.quran.tv
29	الجزائر 5 للقرآن	
30	طفلي الحبيب	
31	المنار	
32	الشارقة	
33	التلفزيون السعودي	
34	البدر	
35	البداية	
36	الهداية ليبيا	
37	كربلاء	
38	المعارف	
39	التواصل	
40	هنيبعل الفردوس	
41	ساهور	وهي قناة فضائية إسلامية تصدر من السودان وتقدم إعلاماً إسلامياً تخصص في تعظيم النبي محمد صلى الله عليه وسلم. وتعتمد بشكل كبير على بث المدائح النبوية التي تُمجد الرسول صلى الله عليه وسلم والإنشاد وبعض المسلسلات والبرامج الكلامية. وموقعها على شبكة الإنترنت هو: http://www.sahoor.net
42	أهل البيت	
43	الدليل	
44	الفرقان	
45	السادس	
46	المنهل	
47	بغداد	

48	الرافدين	
49	أعمال	
50	المستقلة	
51	الأنوار	
52	سنا	
53	هادي	
54	الروح	
55	القدس	
56	صدى الإسلام	
57	سهيل	
58	مسك	
59	المعالي	
60	الشباب	
61	الخليجية	
62	Peace	
63	شاعر الرسول	